

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎี และแนวคิด	4
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
ขอบเขตประชากร	14
ขนาดตัวอย่าง	14
วิธีการเลือกตัวอย่าง	15
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	16
เครื่องมือที่ใช้การศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	16
สถานที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารสด	22
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	32
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ	37
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ	55
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ	67
ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ	88
ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้	100
ส่วนที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้	122
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	135
สรุปผลการศึกษา	135
อภิปรายผลการศึกษา	146
ข้อค้นพบ	152
ข้อเสนอแนะ	159
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	162
บรรณานุกรม	163
ภาคผนวก	164
ประวัติผู้เขียน	169

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ(7O's)	5
2	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	20
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารสดที่เลือกซื้อเป็นประจำ	22
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารสดประเภท เนื้อสัตว์	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารสดประเภทอาหารทะเล	23
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารสดประเภทผลผลิตจากสัตว์	23
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของอาหารสดประเภทผลผลิตจากพืช	24
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารสดประเภทเนื้อสัตว์โดยเฉลี่ยเดือนละ	24
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารสดประเภทอาหารทะเลโดยเฉลี่ยเดือนละ	25
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารสดประเภทผลผลิตจากสัตว์โดยเฉลี่ยเดือนละ	25
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้ออาหารสดประเภทผลผลิตจากพืชโดยเฉลี่ย	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารสดประเภทเนื้อสัตว์	26
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารสดประเภทอาหารทะเล	27
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารสดประเภทผลผลิตจากสัตว์	28
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารสด ประเภทผลผลิตจากพืช	28
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้ออาหารสดเป็นประจำ	29
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสดจากสถานที่ตามตารางที่ 20	29
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสด	30
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสด	30
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้ออาหารสด	31
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	32
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	33
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	34
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสด	36
30	แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการซื้ออาหารสดของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามประเภทอาหารสดที่เลือกซื้อเป็นประจำ	37
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสดของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามชนิดเนื้อสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	38
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามชนิดอาหารทะเลที่เลือกซื้อเป็นประจำ	39
33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามชนิดของผลผลิตจากสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	40
34	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามชนิดของผลผลิตจากพืชที่เลือกซื้อเป็นประจำ	41
35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามการซื้อเนื้อสัตว์โดยเฉลี่ยเดือนละ	42
36	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามการซื้ออาหารทะเลโดยเฉลี่ยเดือนละ	43
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามการซื้อผลผลิตจากสัตว์โดยเฉลี่ยเดือนละ	44
38	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามการซื้อผลผลิตจากพืชโดยเฉลี่ยเดือนละ	45
39	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามช่วงเวลาที่ยิมซื้อเนื้อสัตว์	46
40	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามช่วงเวลาที่ยิมซื้ออาหารทะเล	47
41	แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านเพศ จำแนกตามช่วงเวลาที่ยิมซื้อผลผลิตจากสัตว์	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศ จำแนกตามช่วงเวลาที่ยอมรับซื้อผลผลิตจากพืช	49
43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศ จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้ออาหารสดเป็นประจำ	50
44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศ จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสดจากสถานที่ที่ซื้อประจำ	51
45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศ จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสด	52
46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศจำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสด	53
47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านเพศจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้ออาหารสด	54
48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	56
49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	59
50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนก ตามเพศ	62
51 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก ตามเพศ	65
52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านอายุจำแนกตามประเภทอาหารสดที่เลือกซื้อเป็นประจำ	67
53 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านจำแนกตามเนื้อสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
54	แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุ จำแนกตามอาหารทะเลที่เลือกซื้อเป็นประจำ	70
55	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามผลผลิตจากสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	71
56	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามผลผลิตจากพืชที่เลือกซื้อเป็นประจำ	72
57	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามความถี่ในการซื้อเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อเดือน	73
58	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเลเฉลี่ยต่อเดือน	74
59	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลผลิตจากสัตว์เฉลี่ยต่อเดือน	75
60	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลผลิตจากพืชเฉลี่ยต่อเดือน	76
61	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อเนื้อสัตว์	77
62	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารทะเล	78
63	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อผลผลิตจากสัตว์	79
64	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อผลผลิตจากพืช	81
65	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้ออาหารสดเป็นประจำ	82
66	แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมการซื้ออาหารสด ของสถานภาพด้านอายุจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสดจากสถานที่ที่ซื้อประจำ	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
67 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านอายุจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสด	84
68 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านอายุจำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสด	86
69 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านอายุจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้ออาหารสด	87
70 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	89
71 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	92
72 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนก ตามอายุ	95
73 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ	98
74 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามประเภทอาหารสดที่เลือกซื้อเป็น ประจำ	100
75 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเนื้อสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	101
76 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอาหารทะเลที่เลือกซื้อเป็นประจำ	102
77 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามผลผลิตจากสัตว์ที่เลือกซื้อเป็นประจำ	103
78 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามผลผลิตจากพืชที่เลือกซื้อเป็นประจำ	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
79 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามความถี่ในการซื้อเนื้อสัตว์เฉลี่ยต่อ เดือน	105
80 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเลเฉลี่ย ต่อเดือน	106
81 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลผลิตจากสัตว์ เฉลี่ยต่อเดือน	108
82 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลผลิตจากพืชเฉลี่ย ต่อเดือน	109
83 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อเนื้อสัตว์	110
84 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารทะเล	111
85 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อผลผลิตจากสัตว์	113
86 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมซื้อผลผลิตจากพืช	114
87 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้ออาหารสดเป็น ประจำ	116
88 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสดจาก สถานที่ที่ซื้อประจำ	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
89 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารสด	118
90 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ อาหารสด	119
91 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมกรซื้ออาหารสด ของสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ อาหารสด	121
92 แสดงจำนวน ร้อย แลค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	123
93 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	127
94 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนก ตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	130
95 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved