

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	11

ลิขสิทธิ์ในทำวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมขบเคี้ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมขบเคี้ยว จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการศึกษา	54
อภิปรายผลการศึกษา	57
ข้อค้นพบ	62
ข้อเสนอแนะ	64
ข้อจำกัดในการศึกษา	66
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	66
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	68
แบบสอบถาม	69
ประวัติผู้เขียน	75

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของที่พักอาศัย	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือนหรือรายได้ต่อเดือน	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการรับประทานขนมขบเคี้ยว	16
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของขนมขบเคี้ยวที่เลือกซื้อและความถี่ในการซื้อ	17
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อขนมขบเคี้ยวในแต่ละครั้ง	18
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของขนมขบเคี้ยวที่เลือกซื้อ	19
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวแต่ละครั้ง	20
13	แสดงคะแนนและอันดับของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยว	20

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงคะแนนและอันดับจำแนกตามโอกาสในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อรับประทาน	21
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับประทานขนมขบเคี้ยว	22
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการรับประทานขนมขบเคี้ยว	22
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อขนมขบเคี้ยวบ่อยที่สุด	23
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่มักจะซื้อขนมขบเคี้ยว	23
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเจาะจงเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเฉพาะตราสินค้า	24
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการตัดสินใจถ้าหากขนมขบเคี้ยวตราสินค้าที่ต้องการซื้อหมด	24
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนมประเภทอื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อ ถ้าหากไม่มีขนมขบเคี้ยวที่ต้องการ	25
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว	26
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำขนมขบเคี้ยวให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อ หลังจากที่ได้ซื้อมารับประทานแล้ว	26
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด	27
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามฟรีเซนเตอร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมากที่สุด	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมขบเคี้ยวมากที่สุด	28
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
29	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
31	แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก	34
32	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการรับประทานขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
33	แสดงจำนวนและร้อยละของขนมขบเคี้ยวที่เลือกซื้อและความถี่ในการซื้อจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
34	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อขนมขบเคี้ยวในแต่ละครั้งจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
35	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
36	แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดของขนมขบเคี้ยวที่เลือกซื้อจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
37	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมขบเคี้ยวแต่ละครั้งจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงคะแนนและอันดับของสาเหตุที่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
39	แสดงคะแนนและอันดับของโอกาสในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อรับประทาน จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
40	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่รับประทานขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
41	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการรับประทานขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
42	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ซื้อขนมขบเคี้ยวบ่อยที่สุด จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
43	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่มีมักจะซื้อขนมขบเคี้ยวจำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
44	แสดงจำนวนและร้อยละของการเจาะจงเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเฉพาะตราสินค้า จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
45	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทการตัดสินใจ ถ้าหากขนมขบเคี้ยวตราสินค้าที่ต้องการซื้อหมด จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
46	แสดงจำนวนและร้อยละของขนมประเภทอื่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกซื้อ ถ้าหากไม่มีขนมขบเคี้ยวที่ต้องการ จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อขนมขบเคี้ยว จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
48	แสดงจำนวนและร้อยละของการแนะนำขนมขบเคี้ยวให้เพื่อนหรือคนรู้จักซื้อในหลังจากที่ตนเองได้ซื้อมารับประทานแล้ว จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

49 สรุปลักษณะของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อ
ขนมขบเคี้ยว จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

56