

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
ทฤษฎีและแนวคิด	3
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์	15
ตราคอกอค่า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราคอกำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	23
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราคอกำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา	30
ส่วนที่ 5 ปัญหาของ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคใน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราคอกำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	77
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	89
สรุปผลการศึกษา	89
อภิปรายผล	94
ข้อค้นพบ	96
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	100
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผล ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	19
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	20
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	20
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	21
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	21
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราคอยคำ	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราย่อยค่า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	23
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราย่อยค่า ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	25
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราย่อยค่า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	26
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราย่อยค่า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	30
21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	33
22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	34
23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	36
24 แสดงระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตราย่อยค่าลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ	37
25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	38
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	41

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	42
28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	44
29 แสดงระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ	46
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	47
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	50
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	51
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	53
34 แสดงระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	55
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	56
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
39 แสดงระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอกยคำ ลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	66
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	68
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	71
42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	72
43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	74
44 แสดงระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราคอกยคำ ลำดับแรก ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	76
45 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ ตราคอกยคำ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	77
46 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ ตราคอกยคำ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา	79
47 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ ตราคอกยคำ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ตรายอดยคำ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	82
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตรายอดยคำ ที่พบในปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากระดับการมีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตรายอดยคำมากไปหาน้อย	84
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตรายอดยคำ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากระดับของปัญหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตรายอดยคำมากไปหาน้อย	86
51 แสดงปัญหา และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาในผลิตภัณฑ์ตรายอดยคำ	88