

สารบัญ

| | หน้า |
|------------------------------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| หลักการและเหตุผล | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 2 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา | 2 |
| นิยามศัพท์ | 2 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 3 |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 3 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา | 8 |
| ขอบเขตเนื้อหา | 9 |
| ขอบเขตประชากร | 9 |
| ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง | 9 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 9 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 10 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 11 |
| ระยะเวลาการดำเนินงาน | 11 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | 12 |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 13 |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการเดือน | 16 |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อลูกชิ้น | 19 |
| ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้น | 25 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---------------------------------------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ | 85 |
| สรุปผลการศึกษา | 85 |
| อภิปรายผล | 88 |
| ข้อค้นพบ | 89 |
| ข้อเสนอแนะ | 91 |
| บรรณานุกรม | 95 |
| ภาคผนวกแบบสอบถาม | 97 |
| ประวัติผู้เขียน | 104 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ | 13 |
| 2 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 13 |
| 3 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ | 14 |
| 4 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา | 14 |
| 5 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง | 15 |
| 6 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา ในการดำเนินกิจการ | 16 |
| 7 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของร้านค้า | 16 |
| 8 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวน โต๊ะ สำหรับให้บริการลูกค้า | 17 |
| 9 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน | 17 |
| 10 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน | 18 |
| 11 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้า ของลูกค้าชิ้นใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน | 19 |
| 12 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของลูกค้าชิ้น ต่อกิโลกรัมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน | 20 |
| 13 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ | 21 |
| 14 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการซื้อลูกชิ้นต่อสัปดาห์ | 21 |
| 15 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณ ในการซื้อลูกชิ้นในแต่ละครั้ง | 22 |
| 16 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติของ ลูกชิ้นใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ | 23 |
| 17 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสัมผัส ของลูกชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ | 23 |
| 18 | จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจซื้อลูกชิ้น | 24 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 19 | จำนวน ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม | 25 |
| 20 | จำนวน ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม | 26 |
| 21 | จำนวน ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม | 27 |
| 22 | จำนวน ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม | 28 |
| 23 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม | 30 |
| 24 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามเพศ | 31 |
| 25 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามเพศ | 33 |
| 26 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามเพศ | 34 |
| 27 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามเพศ | 35 |
| 28 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 37 |
| 29 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 40 |
| 30 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 42 |
| 31 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 44 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 32 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา | 47 |
| 33 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา | 50 |
| 34 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา | 51 |
| 35 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามระดับการศึกษา | 53 |
| 36 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของเปิดดำเนินการ | 56 |
| 37 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู จำแนกตามระยะเวลาของเปิดดำเนินการ | 59 |
| 38 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของการเปิดดำเนินการ | 61 |
| 39 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของการเปิดดำเนินการ | 63 |
| 40 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านค้า | 66 |
| 41 | ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมู ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านค้า | 69 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 42 | 70 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านค้า | |
| 43 | 72 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านค้า | |
| 44 | 75 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้า | |
| 45 | 78 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้า | |
| 46 | 80 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้า | |
| 47 | 82 |
| ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้า | |