

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 นิยามศัพท์	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	13
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	14
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>16</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	20
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ รายได้รวม เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี ประเภทสินค้าที่เลือก ซื้อบ่อยที่สุดวันที่มักเดินทางมาตลาดชนบุรี วัตถุประสงค์ในการ เดินทาง การมีร้านค้าประจำ และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า	30
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	69
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร จำแนก ตามอายุ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาด ชนบุรี	73
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	78
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	<b>79</b>
5.1 สรุปผลการศึกษา	80
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	86
5.3 ข้อค้นพบ	90
5.4 ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวก	96
แบบสอบถาม	97
ประวัติผู้เขียน	103

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักตลาดธนบุรี	20
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตพื้นที่พักอาศัยในปัจจุบัน	21
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)	21
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง	22
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจในการมาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)	23
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)	23
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)	24
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้าในตลาดธนบุรี	24
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มักจะมาซื้อสินค้าในตลาดธนบุรี	25
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ	26
4.12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	27
4.13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	28
4.14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า	28
4.15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า	29

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าหรือบริการ	29
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดชนบุรี และเพศ	30
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และเพศ	31
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และเพศ	32
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด และเพศ	33
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า และเพศ	34
4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า และเพศ	35
4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาตลาดชนบุรี และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	36
4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	37
4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	38
4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	39
4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	41

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.29	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	42
4.30	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทาง และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	43
4.31	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้า และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	44
4.32	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	45
4.33	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	46
4.34	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2)	47
4.35	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะใช้ในการเดินทางมาตลาดชนบุรี และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	48
4.36	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	49
4.37	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	50
4.38	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	51
4.39	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านค้าประจำในการซื้อสินค้า และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	52
4.40	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า และผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า	53
4.41	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดชนบุรี การมีร้านค้าประจำและจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า	54

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.42	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประเภทสินค้าที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาตลาดชนบุรี การมีร้านค้าประจำ และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า	60
4.43	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะมาซื้อสินค้า เพศ อายุ สถานภาพ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ	66
4.44	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	69
4.45	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	70
4.46	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	71
4.47	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	72
4.48	ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนครั้งที่เคยมาตลาดชนบุรี	73
4.49	จำนวน และร้อยละ ของปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร	78
5.1	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในตลาดชนบุรี (สนามหลวง 2) กรุงเทพมหานคร 10 อันดับแรก	91