

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	12
ระยะเวลาในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟหรืออินวันของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟหรืออินวันของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรินวัน	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลการศึกษา	65
อภิปรายผลการศึกษา	71
ข้อค้นพบ	74
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	86
แบบสอบถาม	87
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคในวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคในวันที่ในแต่ละครั้ง	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูป ที่บริโภค	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติของกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคบ่อยที่สุด	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภค	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคบ่อยที่สุด	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคบ่อยที่สุดและเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณที่ซื้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคในแต่ละครั้งและเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติของกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคบ่อยที่สุดและเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูปที่บริโภคและเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันบ้อยที่สุดและเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันที่ซื้อบ้อยที่สุดและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณที่ซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันในแต่ละครั้งและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสนิยมของ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันที่ซื้อบ้อยที่สุดและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันบ้อยที่สุดและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อกาแฟ สำเร็จรูปทรีอินวันที่ซื้อบ้อยที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณที่ซื้อกาแฟ สำเร็จรูปทรีอินวันในแต่ละครั้งและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสนิยมของกาแฟ สำเร็จรูปทรีอินวันที่ซื้อบ้อยที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	36
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันบ้อยที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน	38
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน	41
30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อ กาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน	42
31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามเพศของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	46
34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามเพศของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	47
35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามอายุของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามอายุของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
40 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
43 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟทรีอินวันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามเพศ	66
44 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟทรีอินวันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามอายุ	66
45 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะในการเลือกซื้อกาแฟทรีอินวันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
46 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
47 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
48 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
49 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกาแฟสำเร็จรูปทรีอินวัน	76