


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีและแนวคิด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
ระยะเวลาในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามอาชีพหลัก	29
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	46

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	47
อภิปรายผล	51
ข้อค้นพบ	52
ข้อเสนอแนะ	52
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	57
ประวัติผู้เขียน	62

The logo of Chiang Mai University is a large, light gray watermark in the background. It features a central elephant standing and facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) above its head. The lamp has a flame and radiating lines. The entire emblem is enclosed in a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสภาพภาพสมรส	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการซื้อ	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณที่ซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ย	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ	18
10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร	19
11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร	20
12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร	21
13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร	22

ตาราง	หน้า
14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผล ต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร	23
15 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลัก ของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ	24
16 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	25
17 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	26
18 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	27
19 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	28
20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลัก ของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานครจำแนกตามอาชีพหลัก	29
21 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพหลัก	30
22 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาต่อการตัดสินใจชื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพหลัก	33

ตาราง	หน้า
23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพหลัก	34
24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพหลัก	36
25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยหลัก ของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	39
27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	43
29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกง ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	45
30 สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำพริกแกงของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	57