

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	10
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล/เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	11
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาของการศึกษา	12

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภครวมตัวอย่าง	13
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	16
ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	27
พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตาม	32
ระดับการศึกษา และระดับรายได้	
ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตาม	57
ระดับการศึกษา และ ระดับรายได้	
ปัญหาที่พบในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	71
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการศึกษา	74
อภิปรายผลการศึกษา	82
ข้อค้นพบ	85
ข้อเสนอแนะ	87
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	91
ประวัติผู้เขียน	97

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ (7 O's) เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	7
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพหลัก	15
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามยี่ห้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่รู้จักและเคยซื้อ	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามประเภทอาหารทะเลที่ชอบนำมาแปรรูปเป็นอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความชอบให้มีพนักงานคอยแนะนำ/ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	19
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามโอกาสที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	21

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	22
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งต่อครั้ง	22
17	แสดงจำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	23
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสื่อโฆษณาของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	24
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามรูปแบบการส่งเสริมการขายของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	25
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความต้องการในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งครั้งต่อไป	25
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	26
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	27
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	28
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	29
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	30
26	แสดงค่าเฉลี่ย ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	31

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	แสดงจำนวนและร้อยละ ของยี่ห้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ผู้บริโภค รู้จักและเคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	32
28	แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	34
29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	35
30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลักษณะบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	36
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	37
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ในโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งบ่อยที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษา	38
33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	39
34	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	40
35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนเงินที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งต่อครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	41
36	แสดงจำนวนและร้อยละ ของแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	42
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	43
38	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการส่งเสริมการขายของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบ จำแนกตามระดับการศึกษา	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39	45
แสดงจำนวนและร้อยละ ของยี่ห้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของ ผู้บริโภครู้จักและเคยซื้อ จำแนกตามระดับรายได้	
40	46
แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหาร ทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
41	47
แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามระดับรายได้	
42	48
แสดงจำนวนและร้อยละ ของลักษณะบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป แช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามระดับรายได้	
43	49
แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหาร ทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด จำแนกตามระดับรายได้	
44	50
แสดงจำนวนและร้อยละ ในโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง บ่อยที่สุด จำแนกตามระดับรายได้	
45	51
แสดงจำนวนและร้อยละ ของแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้	
46	52
แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ที่ซื้ออาหาร ทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
47	53
แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนเงินที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ต่อครั้ง จำแนกตามระดับรายได้	
48	54
แสดงจำนวนและร้อยละ ของแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเล แปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด จำแนกตามระดับรายได้	
49	55
แสดงจำนวนและร้อยละ ของสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลอาหารทะเล แปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้	
50	56
แสดงจำนวนและร้อยละ ของการส่งเสริมการขายของอาหารทะเล แปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบ จำแนกตามระดับรายได้	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51	57
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	
52	59
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	
53	60
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	
54	62
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา	
55	64
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
56	66
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
57	67
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
58	69
แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับรายได้	
59	71
แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างพบในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง	
60	72
แสดงข้อเสนอแนะและปัญหาของผู้บริโภค	
61	79
แสดงพฤติกรรมกรซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับรายได้	
62	82
แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับรายได้	

๗

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)

4



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved