

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่ง ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อ ผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่	27
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่ง ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	34
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการศึกษา	94
อภิปรายผลการศึกษา	102
ข้อค้นพบ	106
ข้อเสนอแนะ	107
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	112
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	113
ภาคผนวก ข คู่มือการลงรหัส	120
ประวัติผู้เขียน	135

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 ประการ(6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (70s)	5
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	17
4 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่	32
5 แสดงการซื้อผักสดตัดแต่งตรายี่ห้อต่างๆ จำแนกตามเพศ	34
6 แสดงเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามเพศ	35
7 แสดงความนิยมในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามเพศ	36
8 แสดงวันที่มักจะซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามเพศ	36
9 แสดงช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามเพศ	37
10 แสดงความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามเพศ	37
11 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามเพศ	38
12 แสดงจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามเพศ	39
13 แสดงปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามเพศ	39
14 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้งจำแนกตามเพศ	40
15 แสดงการซื้อผักสดตัดแต่งตรายี่ห้อต่างๆ จำแนกตามอายุ	41
16 แสดงเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามอายุ	43
17 แสดงความนิยมในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามอายุ	45
18 แสดงวันที่มักจะซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามอายุ	45
19 แสดงช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามอายุ	47
20 แสดงความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามอายุ	49
21 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามอายุ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22 แสดงจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	53
23 แสดงปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	53
24 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	55
25 แสดงการซื้อผักสดตัดแต่งตรายี่ห้อต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	57
26 แสดงเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามระดับการศึกษา	58
27 แสดงความนิยมในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามระดับการศึกษา	59
28 แสดงวันที่มักจะซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามระดับการศึกษา	60
29 แสดงช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามระดับการศึกษา	60
30 แสดงความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามระดับการศึกษา	61
31 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามระดับการศึกษา	62
32 แสดงจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามระดับการศึกษา	62
33 แสดงปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามระดับการศึกษา	63
34 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้งจำแนกตามระดับการศึกษา	63
35 แสดงการซื้อผักสดตัดแต่งตรายี่ห้อต่างๆ จำแนกตามรายได้	65
36 แสดงเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามรายได้	67
37 แสดงความนิยมในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตามรายได้	69
38 แสดงวันที่มักจะซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามรายได้	69
39 แสดงช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามรายได้	71
40 แสดงความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามรายได้	73
41 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามรายได้	75
42 แสดงจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	75
43 แสดงปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	77
44 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	77
45 แสดงการซื้อผักสดตัดแต่งตรายี่ห้อต่างๆ จำแนกตาม	79
จำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
46 แสดงเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามจำนวน ผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	81
47 แสดงความนิยมในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่จำแนกตาม จำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	83
48 แสดงวันที่มักจะซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามจำนวน ผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	85
49 แสดงช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตาม จำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	85
50 แสดงความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่งจำแนกตามจำนวน ผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	87
51 แสดงบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัดแต่งจำแนก ตามจำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	89
52 แสดงจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนก ตามจำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	89
53 แสดงปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตาม จำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	91
54 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้งจำแนกตาม จำนวนผู้ที่พักอยู่อาศัยด้วยในปัจจุบัน	91
ผ1 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	118
ผ2 แสดงการลงรหัสแบบสอบถาม	120

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงร้อยละของตราชี้หือผักสดตัดแต่งในการซื้อผักสดตัดแต่ง	20
2 แสดงร้อยละของเหตุผลในการซื้อผักสดตัดแต่ง	21
3 แสดงร้อยละของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในการซื้อผักสดตัดแต่ง	22
4 แสดงร้อยละของเหตุผลในการเลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่	22
5 แสดงร้อยละของวันในการซื้อผักสดตัดแต่ง	23
6 แสดงร้อยละของช่วงเวลาในการซื้อผักสดตัดแต่ง	23
7 แสดงร้อยละของความถี่ในการซื้อผักสดตัดแต่ง	24
8 แสดงร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดตัด	24
9 แสดงร้อยละของจำนวนชนิดผักสดตัดแต่งในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้ง	25
10 แสดงร้อยละของปริมาณผักสดตัดแต่งในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้ง	25
11 แสดงร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้ง	25
12 แสดงร้อยละของการรับทราบข้อมูลในการซื้อผักสดตัดแต่งในแต่ละครั้ง	26
13 แสดงร้อยละของการรับทราบข้อมูลความแตกต่างระหว่างผักสดตัดแต่งกับผักสดในตลาดสดทั่วไป	26
14 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	27
15 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	28
16 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	29
17 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	30
18 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม	31
19 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	32
20 แสดงร้อยละของปัญหาในการซื้อผักสดตัดแต่งในร้านค้าปลีกสมัยใหม่	33