

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. หลักการและเหตุผล	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
4. นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
1. แนวคิด และ ทฤษฎี	4
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
1. ขอบเขตเนื้อหา	13
2. ขอบเขตประชากร	13
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล	14
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	15
5. ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีม ของผู้บริโภค	18
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	57
1. สรุปผลการศึกษา	57
2. อภิปรายผล	68
3. ข้อค้นพบ	72
4. ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	80
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	88
ประวัติผู้เขียน	185

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
2 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม ที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
3 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภค ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
5 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผล ต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
6 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผล ต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
7 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อ การบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
8 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผล ต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
9 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
10 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เรียงลำดับ 10 ลำดับแรก	26
11 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	28
12 ค่าเฉลี่ย และ แปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	31
14	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	33
15	ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
16	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	37
17	ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	38
18	ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	39
19	ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	40
20	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	40
21	ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	41

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	42
23	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม	43
24	ค่าเฉลี่ยระดับการพบปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบในการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เรียงลำดับ 10 ลำดับแรก	44
25	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ	46
26	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ	47
27	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา	49
28	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	51
29	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54