

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Theory)	4
2.2 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.6 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	15
3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อขนมไทย	19
ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อขนมไทยของผู้บริโภค	32
ส่วนที่ 4 ข้อมูล ปัญหา และข้อเสนอแนะ	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	44
5.1 สรุปผลการศึกษา	44
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	47
5.3 ข้อค้นพบ	49
5.4 ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	52
ประวัติผู้เขียน	61

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	17
4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
6 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทไข่	19
7 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทหนึ่ง	20
8 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทต้ม	20
9 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทกวน	21
10 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทอบ และผิง	21
11 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภททอด	22
12 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทปิ้ง	22
13 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทเชื่อม	23
14 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทฉาบ	23
15 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทน้ำกะทิ	24
16 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทน้ำเชื่อม	24
17 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภททอด	25
18 ขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานเป็นประจำ ขนมหประเภทแช่เย็น	25
19 การรู้จักขนมหไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
20 ยี่ห้อขนมหไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จัก	27
21 ขนมหที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทาน	27
22 วัตถุประสงค์ในการซื้อขนมหไทย	28
23 เหตุผลที่ซื้อขนมหไทย	28
24 จำนวนเงินที่ซื้อขนมหไทยต่อครั้ง	29
25 ความบ่อยในการซื้อขนมหไทย	30
26 พฤติกรรมการซื้อขนมหไทย	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
27 แหล่งการเลือกซื้อขนมไทย	31
28 แหล่งรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขนมไทย	31
29 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านผลิตภัณฑ์	32
30 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านราคา	34
31 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านการจัดจำหน่าย	35
32 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด	36
33 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย จำแนกตามเพศ	37
34 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย จำแนกตามอายุ	38
35 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย จำแนกตามระดับรายได้	39
36 ระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านผลิตภัณฑ์	40
37 ระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านราคา	41
38 ระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านการจัดจำหน่าย	42
39 ระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อขนมไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด	43



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved