

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้อง	13
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว	25
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ซื้อข้าวกล้องของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	73
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาในการซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมืองเชียงใหม่	81
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการศึกษา	81
อภิปรายผล	88
ข้อค้นพบ	92
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	97
ประวัติผู้เขียน	104

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อข้าวกล้อง	17
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุด	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลการซื้อข้าวกล้องยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุด	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของข้าวกล้อง ยี่ห้อที่ได้รับความนิยมเลือกซื้อ	19
13 แสดงลำดับลักษณะของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อข้าวกล้อง	21
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งการรับรู้ข้อมูลข้าวกล้อง	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวกล้อง	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อข้าวกล้อง	23
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้ง	24
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อข้าวกล้อง	24
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อยี่ห้อข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามเพศ	25
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	26
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	27
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการแหล่งรับรู้ข้อมูลข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	28
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	29
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	30
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งตามเพศ	31
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามเพศ	32
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อยี่ห้อของข้าวกล้อง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามอายุ	33
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามอายุ	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามอายุ	35
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งการรับรู้ข้อมูล ข้าวกล้องจำแนกตามอายุ	36
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อข้าวกล้องจำแนกตามอายุ	37
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ ข้าวกล้องจำแนกตามอายุ	38
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อ ข้าวกล้องในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	39
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อ ข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อจำแนกตามอายุ	40
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อยี่ห้อ ของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	41
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ ข้าวกล้อง จำแนกตามระดับการศึกษา	42
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อ ข้าวกล้องจำแนกตามระดับการศึกษา	43
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งการรับรู้ ข้อมูลข้าวกล้องจำแนกตามระดับการศึกษา	44
40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามระดับการศึกษา	45
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ ข้าวกล้องจำแนกตามระดับการศึกษา	46
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อ ข้าวกล้องในแต่ละครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อข้าวกล้องจําแนกตามระดับการศึกษา	48
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับยี่ห้อของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อจําแนกตามอาชีพ	49
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	50
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	51
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งการรับรู้ข้อมูลข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	52
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	53
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	54
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งจําแนกตามอาชีพ	55
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อข้าวกล้องจําแนกตามอาชีพ	56
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับยี่ห้อของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อข้าวกล้องจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อข้าวกล้องจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งการรับรู้ข้อมูลข้าวกล้องจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อข้าวกล้องจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อข้าวกล้องจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อยี่ห้อของข้าวกล้องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	65
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อข้าวกล้องจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	66
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ซื้อข้าวกล้องจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	67
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งการรับรู้ข้อมูลข้าวกล้องจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	68
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	69
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อข้าวกล้องจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	70
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อข้าวกล้องในแต่ละครั้งจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	71
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อข้าวกล้องจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	72
68 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อข้าวกล้องของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
69 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
70 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	75
71 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	76
72 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวกล้อง จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	77
73 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบใน การซื้อข้าวกล้องของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	78
74 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบใน การซื้อข้าวกล้องของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	79
75 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบใน การซื้อข้าวกล้องของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย	79
76 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบใน การซื้อข้าวกล้องของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	80