

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องของ ผู้บริโภค	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผักกาดทองบรรจุ กระป๋องของผู้บริโภค	34
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง	40
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋องของ ผู้บริโภค จำแนกตามเพศ และอาชีพ	46
ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผักกาดทองบรรจุ กระป๋องของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ และอาชีพ	84
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	96
สรุปผลการศึกษา	96
อภิปรายผล	109
ข้อค้นพบ	111
ข้อเสนอแนะ	116
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	119
แบบสอบถาม	120
ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ขอดขายรวมฝักกาดองบรรจุกระป๋องในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ ปี 2548 – 2550	1
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋องที่เคยซื้อ	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋องที่ชอบทานมากที่สุด	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋องที่ซื้อในปัจจุบัน	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋อง	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่รู้จักฝักกาดองบรรจุกระป๋อง	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารฝักกาดองบรรจุกระป๋องจากสื่อโฆษณา	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋องมากที่สุด	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการเลือกซื้อฝักกาดองบรรจุกระป๋อง	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาด ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องที่ซื้อ	25
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรศชาติ ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องที่ซื้อ	26
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องที่เลือกซื้อ	27
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อฝัักกาดคองบรรจุกะป็อง	27
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวน ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องที่ซื้อแต่ละครั้ง	28
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ ซื้อฝัักกาดคองบรรจุกะป็อง	29
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ ตัดสินใจเลือกร้านที่ซื้อฝัักกาดคองบรรจุกะป็อง	30
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสใน การซื้อฝัักกาดคองบรรจุกะป็อง	31
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการ ส่งเสริมการขายที่ชอบ	31
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ แถมที่ชอบมากที่สุด	32
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อ ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องหากมีรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ	33
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ฝัักกาดคองบรรจุกะป็องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านราคา	36
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	37
39	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	38
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้อผักกาด คองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	40
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้อผักกาด คองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	42
32	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้อผักกาด คองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน สถานที่จัดจำหน่าย	43
33	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้อผักกาด คองบรรจุกะป๋องของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	44
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่เคยซื้อ จำแนกตามเพศ	46
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ชอบทานมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	47
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ ผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อในปัจจุบัน และจำแนกตามเพศ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	49
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่รู้จักผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	50
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา และจำแนกตามเพศ	51
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋องมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	52
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการเลือกซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	53
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	54
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	55
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่เลือกซื้อ และจำแนกตามเพศ	56
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	57
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อแต่ละครั้ง และจำแนกตามเพศ	58
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	59
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจเลือกร้านที่ซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	60
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อผักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามเพศ	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ และจำแนกตามเพศ	62
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของเกมที่ชอบมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	63
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องหากมีรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ และจำแนกตามเพศ	64
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราชื้อหื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องที่เคยซื้อ จำแนกตามอาชีพ	65
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราชื้อหื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องที่ชอบทานมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ	66
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องที่ซื้อในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ	67
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	68
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่รู้จักผักกาดคองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	69
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา จำแนกตามอาชีพ	70
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋องมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ	71
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการเลือกซื้อผักกาดคองบรรจุกระป๋อง และจำแนกตามอาชีพ	72
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดผักกาดคองบรรจุกระป๋องที่ซื้อ และจำแนกตามอาชีพ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสนชาติ ฝักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อ และจำแนกตามอาชีพ	74
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของ ฝักกาดคองบรรจุกะป๋องที่เลือกซื้อ และจำแนกตามอาชีพ	75
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามอาชีพ	76
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวน ฝักกาดคองบรรจุกะป๋องที่ซื้อแต่ละครั้ง และจำแนกตามอาชีพ	77
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ ซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามอาชีพ	78
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ ตัดสินใจเลือกร้านที่ซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามอาชีพ	79
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสใน การซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง และจำแนกตามอาชีพ	80
69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการ ส่งเสริมการขายที่ชอบ และจำแนกตามอาชีพ	81
70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ แถมที่ชอบมากที่สุด และจำแนกตามอาชีพ	82
71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การซื้อ ฝักกาดคองบรรจุกะป๋องหากมีรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ และ จำแนกตามอาชีพ	83
72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง จำแนก ตามเพศ	84
73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านรา คามีผลต่อการตัดสินใจซื้อฝักกาดคองบรรจุกะป๋อง จำแนกตามเพศ	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามเพศ	87
75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามเพศ	88
76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	90
77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	92
78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	93
79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักกาดทองบรรจุกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	94
80 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	100
81 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	104
82 แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ	107
83 แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	108
84 สรุประดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก	114
85 สรุประดับปัญหาที่พบจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก	116

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

1

แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)

6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved