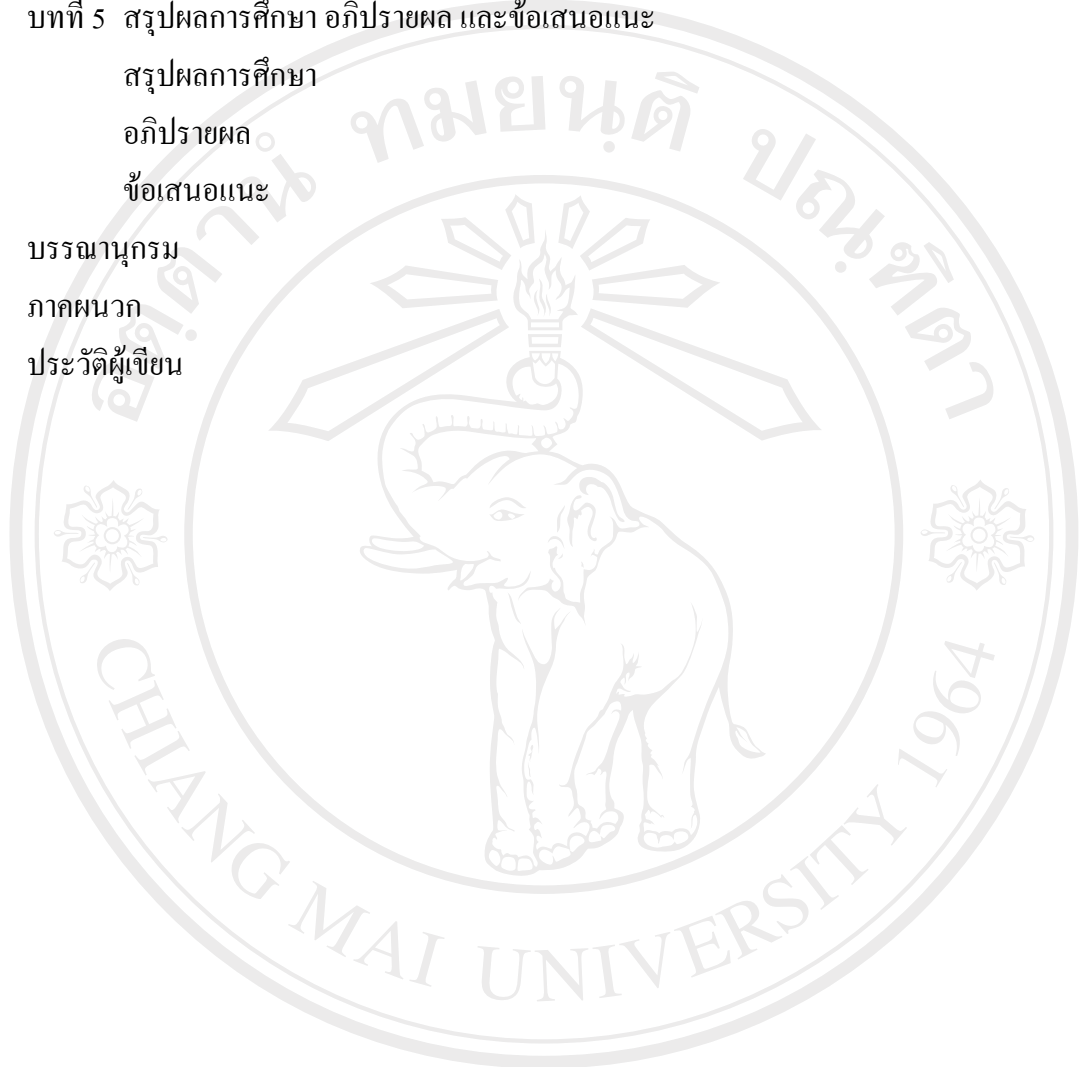


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	9
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อ	17
ผลิตภัณฑ์วันแสนกิ่งสำเร็จรูป	
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อ	46
ผลิตภัณฑ์วันแสนกิ่งสำเร็จรูป	

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	75
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผล	79
ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	85
ประวัติผู้เขียน	90



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
6	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาด ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป	17
7	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป	17
8	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป	18
9	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป	18
10	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป	19
11	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	20
12	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	21
13	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	22
14	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	23
15	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	28
17	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	29
18	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	29
19	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	30
20	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	30
21	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	34
22	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	34
23	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	35
24	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	36
25	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	37
26	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	40
27	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	41
28	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	42
30	ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	42
31	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	46
32	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	46
33	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	47
34	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	47
35	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป	48
36	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	49
37	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	50
38	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	51
39	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	52
40	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	53
41	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น กึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	57
43	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น กึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	58
44	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น กึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	58
45	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น กึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	59
46	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	62
47	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	62
48	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	63
49	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	64
50	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	65
51	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	69
52	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	69
53	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	70
54	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามการศึกษา	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้	71
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ให้ข้อเสนอแนะต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	75
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ให้ข้อเสนอแนะต่อปัจจัยด้านราคา	75
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ให้ข้อเสนอแนะต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	76
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ให้ข้อเสนอแนะต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	76

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved