

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีสวนประสมการตลาด	4
ทฤษฎีตลาดองค์กร	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตเนื้อหา	12
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามประเภทร้าน	19
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	32
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ของร้านก๋วยเตี๋ยว	47
ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	55
ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว	72
ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	73
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการศึกษา	75
อภิปรายผลการศึกษา	83
ข้อค้นพบ	85
ข้อเสนอแนะ	87
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	91
แบบสอบถาม	92
เส้นก๋วยเตี๋ยวยี่ห้อต่างๆ	97
ข่าวสารเกี่ยวกับเส้นก๋วยเตี๋ยว	102
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
2 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเพศ จำแนกตามประเภทร้าน	19
3 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับอายุ จำแนกตามประเภทร้าน	20
4 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานภาพ จำแนกตามประเภทร้าน	21
5 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทร้าน	22
6 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับอาชีพ จำแนกตามประเภทร้าน	24
7 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับรายได้โดยรวม จำแนกตามประเภทร้าน	25
8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่เลือกซื้อ	27
9 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว	28
10 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ผลิต	28
11 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย	28
12 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับหลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย	29
13 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อ	29
14 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ	30
15 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน	30
16 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	31
17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	34
19 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ผลิต จำแนกตามประเภทร้าน	35
20 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย จำแนกตามประเภทร้าน	36
21 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับหลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย จำแนกตามประเภทร้าน	38
22 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อ จำแนกตามประเภทร้าน	40
23 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ จำแนกตามประเภทร้าน	42
24 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน จำแนกตามประเภทร้าน	43
25 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ จำแนกตามประเภทร้าน	45
26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ซื้อ - ผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว	53
33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	55
35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	57
36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	60
37 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือก ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	62
38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อ การเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	64
39 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	66
40 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	68
41 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
42 จำนวน และร้อยละ ของปัญหาปัจจัยด้านการตลาดที่พบในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ของร้านก๋วยเตี๋ยว	72
43 จำนวน และร้อยละ ของปัญหาปัจจัยด้านการตลาดที่พบในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน	73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved