

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.3 สมมติฐานการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	16
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	20
2.5 ข้อมูลบริบทของธงชัยฟาร์ม	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน	39
4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	68
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	70
5.3 ข้อเสนอแนะ	76
เอกสารอ้างอิง	79
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถามการวิจัย	86
ค ภาพประกอบการวิจัย	102
ประวัติผู้วิจัย	105

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	สรุปตัวแปรต้นที่ได้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.2	สรุปตัวแปรตามที่ได้จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3.1	ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้บริการ
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพื้นที่อยู่อาศัย
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อปลา
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา (เดือน) ที่ซื้อปลา
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อพันธุ์ปลาแต่ละครั้ง
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อพันธุ์ปลาแต่ละครั้ง
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งในการซื้อพันธุ์ปลา
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อพันธุ์ปลา
4.12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคำแนะนำในการซื้อพันธุ์ปลา
4.13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อพันธุ์ปลา
4.14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการชำระเงินในการซื้อพันธุ์ปลา
4.15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งความรู้ในการเลี้ยงปลา
4.16	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม
4.17	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
4.18	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา
4.19	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด 52
4.21	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ 53
4.22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการโดยรวม 53
4.23	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น 54
4.24	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล 55
4.25	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก 56
4.26	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ด้านการตัดสินใจซื้อ 57
4.27	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ 58
4.28	ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของเพศกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 59
4.29	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 59
4.30	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 60
4.31	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 60
4.32	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างจำนวนครั้งกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 61
4.33	ผลทดสอบค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม จำแนกตามจำนวนครั้ง 61
4.34	ผลการทดสอบภายหลังรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างจำนวนครั้งกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม 62
4.35	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการธงชัยฟาร์มกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม อำนาจเจริญ โดยวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ (n=220) 62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.36	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษา: ธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 การส่งออกปลานิลและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี 2564 (มกราคม-มีนาคม)	3
1.2 การส่งออกปลานิลและผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่สำคัญ ปี 2564 (มกราคม-มีนาคม)	3
1.3 ผลประกอบการขายปลา ปี 2563	5
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
4.1 รูปแบบพฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจพันธุ์ปลา	67