

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อนมแพะของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้	
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อนมแพะของ	64
ผู้ตอบแบบสอบถาม	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อนมแพะของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้	68
ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อนมแพะของผู้ตอบแบบสอบถาม	96
ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการเลือกซื้อ นมแพะ	101
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	102
สรุปผลการศึกษา	102
อภิปรายผล	113
ข้อค้นพบ	115
ข้อเสนอแนะ	116
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	119
แบบสอบถาม	120
ประวัติผู้เขียน	127

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 เกี่ยวกับตราห้อยที่เคยอดม	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับรสชาติที่ชื่นชอบ	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกดื่มนมแพะ	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับชนิดของนมแพะ	17
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อขนาดนมแพะ	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์	18
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการเลือกซื้อนมแพะ	19
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการเลือกซื้อ	19
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อนมแพะ	20
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อนมแพะ	20
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ	21
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	22
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย	22
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่องแถมที่อยากได้	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราयीห่อที่เคยคั้ม จำแนกตามเพศ	24
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	25
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการ เลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	26
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามเพศ	26
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	27
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร นมแพะ จำแนกตามเพศ	28
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราयीห่อที่เคยคั้ม จำแนกตามอายุ	29
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ	30
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาใน การเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามอายุ	31
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามอายุ	32
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ จำแนกตามอายุ	34
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร นมแพะ จำแนกตามอายุ	36
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราयीห่อที่เคยคั้ม จำแนกตามการศึกษา	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผล ในการเลือกซื้อ จำแนกตามการศึกษา	38
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาใน การเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามการศึกษา	39
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการเลือกซื้อ จำแนกตามการศึกษา	40
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ จำแนกตามการศึกษา	42
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร นมแพะ จำแนกตามการศึกษา	43
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราหือที่เคยดื่ม จำแนกตามอาชีพ	45
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผล ในการเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ	47
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาใน การเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามอาชีพ	49
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ	50
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ จำแนกตามการศึกษา	52
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสาร นมแพะ จำแนกตามการศึกษา	54
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราหือที่เคยดื่ม จำแนกตามรายได้	55
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผล ในการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการเลือกซื้อนมแพะ จำแนกตามรายได้	59
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	60
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่ในการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	61
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารนมแพะ จำแนกตามการศึกษา	63
50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมแพะ	64
51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อ การเลือกซื้อนมแพะ	65
52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมแพะ	66
53 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อนมแพะ	67
54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	68
55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	69
56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	70
57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	71
58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอายุ	74
60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	75
61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	76
62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	78
63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	79
64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	81
65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	82
66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	84
67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	86
68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	87
69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	88
70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	90
71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	93
73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	94
74 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อนมแพะ ด้านผลิตภัณฑ์	96
75 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อนมแพะ ด้านราคา	98
76 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อนมแพะ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	99
77 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อนมแพะ ด้านส่งเสริมการตลาด	100