

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>3</b>
ทฤษฎี และแนวคิด	3
ทบทวนวรรณกรรม	5
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>7</b>
ขอบเขตการศึกษา	7
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	7
วิธีการศึกษา	8
การรวบรวมข้อมูล	8
การวิเคราะห์ข้อมูล	8
ระยะเวลาในการศึกษา	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>10</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค	11
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องคุณภาพเนื้อไก่ตามมาตรฐาน ของ Food Safety และความคิดเห็นเกี่ยวกับโรค ไข้หวัดนกที่มีผลต่อ Food Safety	15
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของ ผู้บริโภค	20
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	87
 <b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	 <b>93</b>
สรุปผลการศึกษา	93
อภิปรายผล	104
ข้อค้นพบ	105
ข้อเสนอแนะ	107
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	109
 บรรณานุกรม	 110
ภาคผนวก	112
ประวัติผู้เขียน	118

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	11
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	11
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	12
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	12
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	13
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	13
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกครอบครัว	14
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อเนื้อไก่	14
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องคุณภาพเนื้อไก่	15
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัญหาระยะเวลาการระบาดของโรคไข้หวัดนก	17
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อมั่นใจเนื้อไก่ที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีความปลอดภัยจากโรคไข้หวัดนก	18
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องราคาของเนื้อไก่เมื่อโรคระบาดไข้หวัดนกสิ้นสุดลง	18
13 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์	21
15 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านราคา	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	23

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย	24
18 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ	25
19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	26
20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านราคา จำแนกตามเพศ	27
21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	28
22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเพศ	29
23 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมจำแนก ตามอายุ	30
24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	32
25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านราคา จำแนกตามอายุ	34
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	36
27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ	38
28 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมจำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุด	40
29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	42



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	70
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	71
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	73
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	75
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	77
48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเนื้อไก่	79
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเนื้อไก่	80
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านราคา จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเนื้อไก่	81
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเนื้อไก่	83
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเนื้อไก่	85
53 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม	87
54 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์	88

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
55 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านราคา	89
56 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	90
57 แสดงจำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการตลาด	91