

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ต
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
- ทฤษฎีสวนประสมการตลาด	4
- แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	6
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>12</b>
ขอบเขตการศึกษา	12
- ขอบเขตเนื้อหา	12
- ขอบเขตประชากร	12
- ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
วิธีการศึกษา	13
- ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	13
- เครื่องมือที่ใช้การศึกษา	13
- การวิเคราะห์ข้อมูล	13

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ประกอบการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน เพื่อนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน	23
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้ประกอบการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน เพื่อนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน จำแนกตามระดับ การศึกษา จำนวนสุกรในฟาร์ม รายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน และการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	35
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผลการศึกษา	92
ข้อค้นพบ	96
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	102
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาชีพอื่น	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการประกอบกิจการ	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนแรงงานในการเลี้ยงสุกร	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายจ่ายของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของระบบบำบัดน้ำเสีย	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแผนการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียในอนาคต	22
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับระบบโคเวอร์ลาถุน	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	23
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	26
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	27
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	29
20	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยด้านอื่นๆ	31
21	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	34
22	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามระดับการศึกษา	35
23	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามระดับการศึกษา	37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
24	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามระดับการศึกษา	38
25	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามระดับการศึกษา	40
26	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามระดับการศึกษา	42
27	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามระดับการศึกษา	44
28	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	46
29	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	48
30	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	49
31	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	51
32	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
33	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามจำนวนสุกรในฟาร์ม	55
34	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	57
35	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	59
36	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	60
37	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	62
38	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	64
39	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามรายได้ของฟาร์มเฉลี่ยต่อเดือน	66
40	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	68
41	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกร ในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลากูน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	70

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	71
43	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	72
44	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	74
45	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน จำแนกตามการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	76
46	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบกิจการฟาร์มสุกรในการเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุนเพื่อนำก๊าซชีวภาพมาใช้เป็นพลังงานทดแทน	80
47	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	81
48	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	84
49	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	86
50	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	88
51	แสดงปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกติดตั้งระบบโคเวอร์ลาถุน	90

## สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจ	6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved