

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล	11
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อ สุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่	57
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อ สุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่	88
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	100
สรุปผลการศึกษา	100
อภิปรายผล	117
ข้อค้นพบ	122
ข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม	125

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขายเทียบกับรายไตรมาสก่อนหน้า	2
2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	16
9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว	16
10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาหารรับประทานเอง	17
11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร	17
12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูส่วัดศิโยนคณิศรเชียงใหม่	18
13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร	18
14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด	19
15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อเนื้อสุกรจากแหล่งจำหน่าย	19

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวรรค์	20
17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	21
18 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์	22
19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ	23
20 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาหารรับประทานเอง และจำแนกตามเพศ	24
21 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร และจำแนกตามเพศ	25
22 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวรรค์ โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และจำแนกตามเพศ	26
23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร และจำแนกตามเพศ	27
24 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด และจำแนกตามเพศ	28
25 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามเพศ	29
26 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และจำแนกตามเพศ	30
27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว และจำแนกตามเพศ	31
28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามเพศ	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวรรค์ และ จำแนกตามเพศ	34
30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาหารรับประทานเอง และจำแนกตามอาชีพ	35
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ และจำแนกตามเพศ	36
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาหารรับประทานเอง และจำแนกตามอาชีพ	37
33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรร้านหมูสวรรค์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และจำแนกตามอาชีพ	38
34	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร และจำแนกตามอาชีพ	39
35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด และจำแนกตามอาชีพ	40
36	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อประจำ และจำแนกตามอาชีพ	41
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และจำแนกตามอาชีพ	43
38	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว และจำแนกตามอาชีพ	44
39	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามอาชีพ	45
40	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ และจำแนกตามอาชีพ	47
41	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการประกอบอาหารรับประทานเอง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำเนื้อ สุกรมาประกอบอาหาร และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการ ซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวรรค์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และจำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	51
44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาใน การซื้อเนื้อสุกร และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อเนื้อ สุกรมากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อ ประจำ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54
47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเนื้อ สุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
48 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ทำหน้าที่ ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำเนื้อ สุกรที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
50 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ เนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
51 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลในการตัดสินใจ ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	61
52 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลในการตัดสินใจ ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ราคา	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลในการตัดสินใจ ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	64
54 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลในการตัดสินใจ ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	66
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ สุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	67
56 แสดง ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	68
57 แสดง ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามเพศ	70
58 แสดง ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	71
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	73
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ	74
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	75
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	78
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	80
64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	84
66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93
71 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	94
72 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ราคา	95
73 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	96
74 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด	97
75 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จำแนกตามเพศ	102
76 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ	106
77 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	110
78 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	116



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
79	สรุปความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย	119
80	สรุปปัญหาที่ผู้บริโภ�พบในการซื้อเนื้อสุกร เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย	121



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved