

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
สมมติฐานในการวิจัย.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
ส่วนประสมทางการตลาด.....	7
ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด.....	7
กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด.....	7
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
รูปแบบของผู้บริโภค.....	11
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค.....	15
การตัดสินใจซื้อ.....	20
ความหมายของการตัดสินใจ.....	20
กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ.....	21
กฎการตัดสินใจ.....	23
การเลี้ยงกุ้งขาวจากโรงเพาะฟักของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด.....	24
การเลี้ยงกุ้งขาว.....	24
การเตรียมน้ำก่อนปล่อยกุ้ง.....	25
การให้อาหาร.....	25
ปัญหาหลักสำคัญของการเลี้ยงกุ้งขาว.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
งานวิจัยต่างประเทศ.....	26
งานวิจัยในประเทศ.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 30
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 30
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 31
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 32
	การวิเคราะห์ข้อมูล 32
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 32
4	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 34
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 34
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 34
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 35
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 45
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย 45
	วิธีดำเนินการวิจัย..... 45
	สรุปผลการวิจัย..... 46
	อภิปรายผลการวิจัย..... 47
	ข้อเสนอแนะ..... 50
บรรณานุกรม.....	52
ภาคผนวก.....	55
	ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ..... 56
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย..... 58
	ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม..... 63
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	67

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา	35
2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท โดยรวมทุกด้าน	36
3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกรายข้อ.....	37
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท ด้านราคา จำแนกรายข้อ.....	38
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกรายข้อ	39
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกรายข้อ.....	40
7 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท โดยรวม และรายด้านจำแนกตามเพศ.....	41
8 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท โดยรวม จำแนกตามอายุ.....	42
9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่..	44