

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร เศรษฐกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	22
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย	27
ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	42
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป น้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย จังหวัดกาญจนบุรี	43
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป น้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย จังหวัดกาญจนบุรี ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการวิจัย	57
อภิปรายผล	59
ข้อเสนอแนะ	61
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	67
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	71
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่น	77
ประวัติผู้วิจัย	79

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การออกบูทขายสินค้าน้ำเชื่อมอ้อย ปี 2560	28
2.2	การออกบูทขายสินค้าน้ำเชื่อมอ้อย ปี 2561	28
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นส่วน ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ในภาพรวมของผู้บริโภค	43
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นส่วน ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภค	44
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นส่วน ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ด้านราคา ของผู้บริโภค	44
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นส่วน ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้บริโภค	45
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็นส่วน ประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้บริโภค	46
4.7	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอด จำแนกตามเพศ	47
4.8	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอด จำแนกตามอายุ	48
4.9	ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอด ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) จำแนก ตามอายุ	49
4.10	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอด จำแนกตามระดับการศึกษา	50
4.11	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอด จำแนกตามอาชีพ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	53
4.13	ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	54
4.14	ผลการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย ด้านราคา เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	แสดงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์	25

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี