

สารบัญ

| | หน้า |
|--|----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญ | ช |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ฐ |
| สารบัญตารางภาคผนวก | ฑ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 3 |
| 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 3 |
| 1.4 ขอบเขตของการศึกษา | 3 |
| 1.5 นิยามศัพท์ | 3 |
| บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 4 |
| 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| 2.1.1 แนวคิดทัศนคติของผู้บริโภค | 6 |
| 2.2.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค | 9 |
| 2.2 แนวคิด hedonic price equation | 15 |
| 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 17 |
| 2.3.1 งานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค | 17 |
| 2.3.2 งานวิจัยด้านคุณลักษณะและราคา | 18 |

ลิขสิทธิ์ในสิ่งพิมพ์นี้สงวนลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย | 21 |
| 3.1 กรอบแนวคิด | 21 |
| 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 22 |
| 3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล | 23 |
| 3.3.1 การวิเคราะห์หัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 | 23 |
| 3.3.2 การวิเคราะห์หัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 | 25 |
| บทที่ 4 สถานการณ์การผลิตและการตลาด | 27 |
| 4.1 การผลิตแก้วมังกร | 27 |
| 4.2 การตลาดแก้วมังกร | 29 |
| บทที่ 5 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค | 33 |
| 5.1 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง | 33 |
| 5.2 พฤติกรรมการบริโภคและซื้อแก้วมังกร | 36 |
| 5.2.1 ความถี่ในการซื้อแก้วมังกรและแหล่งซื้อแก้วมังกร | 39 |
| 5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อแก้วมังกร | 41 |
| 5.3 ทัศนคติในการซื้อและบริโภคแก้วมังกร | 46 |
| 5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจซื้อแก้วมังกร | 47 |
| 5.5 สรุป | 54 |
| บทที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณลักษณะของแก้วมังกร | 55 |
| 6.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสมการซื้อจริงและสมการเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค | 55 |
| 6.2 การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (multicollinearity) | 58 |
| 6.2.1 การทดสอบ multicollinearity ของสมการที่ผู้บริโภครซื้อจริง | 58 |
| 6.2.2 การทดสอบ multicollinearity ของสมการที่ผู้บริโภครเต็มใจจ่าย | 61 |

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| 6.3 การตอบสนองของผู้บริโภคต่อลักษณะแก้วมังกรและราคา | 63 |
| 6.3.1 แบบจำลองที่ผู้บริโภคซื้อจริง | 63 |
| 6.3.2 แบบจำลองที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจจ่าย | 67 |
| บทที่ 7 สรุปผลการศึกษา | 72 |
| 7.1 สรุปผลการศึกษา | 72 |
| 7.2 ข้อค้นพบ | 75 |
| 7.3 ข้อเสนอแนะ | 75 |
| บรรณานุกรม | 77 |
| ภาคผนวก | 81 |
| ภาคผนวก ก | 82 |
| ภาคผนวก ข | 89 |
| ประวัติผู้เขียน | 91 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 2.1 ส่วนประกอบของผลแก้วมังกรต่อส่วนที่กินได้ 100 กรัม | 5 |
| 3.1 สถานที่เก็บแบบสอบถาม | 23 |
| 3.2 ระดับการให้คะแนนตามแบบ rating scale | 24 |
| 4.1 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตเฉลี่ย และผลผลิตรวมในการปลูกแก้วมังกร ปี 2549-2554 | 28 |
| 4.2 พื้นที่เพาะปลูก และผลผลิตในการปลูกแก้วมังกรของจังหวัดเชียงใหม่ | 28 |
| 4.3 มูลค่าทางการตลาดแก้วมังกร | 29 |
| 5.1 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง | 34 |
| 5.2 ลำดับการเลือกซื้อแก้วมังกร | 37 |
| 5.3 ลักษณะการบริโภคแก้วมังกร | 38 |
| 5.4 ความถี่ของการซื้อแก้วมังกร ในฤดูกาลและนอกฤดูกาล | 39 |
| 5.5 ความถี่ในการบริโภคแก้วมังกรในฤดู | 40 |
| 5.6 สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อแก้วมังกรเป็นประจำ | 41 |
| 5.7 ลักษณะการซื้อของผู้บริโภค | 41 |
| 5.8 ความสัมพันธ์ของอายุของผู้บริโภคกับพันธุ์ที่เลือกซื้อ | 42 |
| 5.9 ความสัมพันธ์ของการศึกษาของผู้บริโภคกับพันธุ์ที่เลือกซื้อ | 43 |
| 5.10 ความสัมพันธ์ของอาชีพของผู้บริโภคกับพันธุ์ที่เลือกซื้อ | 44 |
| 5.11 ความสัมพันธ์ของรายได้ของผู้บริโภคกับพันธุ์ที่เลือกซื้อ | 45 |
| 5.12 ความสัมพันธ์ของสถานที่จำหน่ายของผู้บริโภคกับพันธุ์ที่เลือกซื้อ | 45 |
| 5.13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเพื่อการตัดสินใจซื้อแก้วมังกร | 50 |
| 5.14 ปัญหาและอุปสรรคจากการซื้อหรือบริโภคแก้วมังกร | 53 |
| 6.1 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในสมการที่ผู้บริโภคมีการซื้อจริง | 57 |
| 6.2 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในสมการที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย | 58 |
| 6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณลักษณะของแก้วมังกรที่ผู้บริโภคซื้อจริง | 60 |

สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 6.4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณลักษณะของแก้วมังกรที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย | 62 |
| 6.5 ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ hedonic price ของผู้บริโภคที่ซื้อจริงสำหรับพันธุ์เวียดนามและพันธุ์ไทย | 66 |
| 6.6 ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการ hedonic price ของผู้บริโภคเต็มใจจ่าย | 70 |

สารบัญภาพ

| ภาพ | หน้า |
|--|------|
| 2.1 องค์ประกอบของทัศนคติ | 8 |
| 2.2 แบบจำลองกระบวนการการบริโภคของ Blackwell <i>et al.</i> (2006) | 14 |
| 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 21 |
| 4.1 สภาพการตลาดของแก้วมังกร | 30 |
| 4.2 ราคาเฉลี่ยของแก้วมังกร ณ ตลาดสี่มุมเมืองระหว่างปี 2552 -2554 | 31 |
| 5.1 ปริมาณการบริโภคแก้วมังกร | 37 |
| 5.2 ช่วงเดือนที่มีการซื้อแก้วมังกร | 38 |
| 5.3 ทัศนคติที่ทำให้ตัดสินใจซื้อแก้วมังกร | 46 |
| 5.4 ช่วงราคาให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ | 47 |
| 5.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาตัดสินใจซื้อแก้วมังกร | 48 |

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวก

ข. 1 การวิเคราะห์สำหรับผู้บริโภคซื้อจริง

หน้า

82

ข. 2 การวิเคราะห์สำหรับผู้บริโภคเต็มใจจ่าย

89



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved