

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิดและทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	4
2.1.1 แนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผักเชียงดา	10
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.4 แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแบบจำลอง โลจิท	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	19
3.1.1 ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง	19
3.1.2 สถานที่ในการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูล	20
3.2 กรอบแนวคิดของการศึกษา	22
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สภาพตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	27
4.1 แนวโน้มในอนาคต	29
4.2 ผักเชียงดา	30
4.3 สรรพคุณของผักเชียงดา	31
4.4 กรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	33
บทที่ 5 พฤติกรรมและทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	
5.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	37
5.2 พฤติกรรมการและการบริโภคและ	40
5.4 การทดสอบผู้บริโภครผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา : ชนิดน้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป	41
5.5 การทดสอบผู้บริโภครผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา : ชนิดผงเชียงดาชงละลายน้ำ	45
5.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและทัศนคติผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	49
บทที่ 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	
6.1 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง (logit model) : ชนิดน้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป	59
6.2 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง (logit model) : ชนิดผงเชียงดาชงละลายน้ำ	61
บทที่ 7 บทสรุปและเสนอแนะ	
7.1 บทสรุป	65
7.2 ข้อค้นพบ	68
7.3 ข้อเสนอแนะ: กลยุทธ์การตลาด	68
7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก	
ผลการวิเคราะห์ logit model ใช้โปรแกรม LIMDEP Version 8	74
ภาคผนวก ข	83
ประวัติผู้เขียน	91

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
5.1	ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
5.2	อายุและระดับรายได้เฉลี่ย	39
5.3	ลักษณะสุขภาพและการออกกำลังกาย	40
5.4	การบริโภคอาหารเสริมและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	41
5.5	จำนวนช่วงวัยของกลุ่มตัวอย่าง	41
5.6	ลักษณะทั่วไปของการทดสอบผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดาชนิดน้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป	42
5.7	โอกาสที่จะซื้อ ราคาที่เต็มใจซื้อและแหล่งจำหน่ายที่สะดวกซื้อ	44
5.8	ลักษณะทั่วไปของการทดสอบผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดาชนิดผงเชียงดาขงละลายน้ำ	46
5.9	โอกาสที่จะซื้อ ราคาที่เต็มใจซื้อและแหล่งจำหน่ายที่สะดวกซื้อ	48
5.10	ระดับความเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์	50
5.11	ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	52
6.1	ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	54
6.2	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผักเชียงดา	55
6.3	ผลการประมาณค่าแบบจำลอง โลจิทของผลิตภัณฑ์น้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป	60
6.4	ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี marginal effects (น้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป)	61
6.5	ผลการประมาณค่าแบบจำลอง โลจิทของผลิตภัณฑ์ผงเชียงดาขงละลายน้ำ	63
6.6	ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี marginal effects (ผงเชียงดาขงละลายน้ำ)	64

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.2	แสดงศูนย์ควบคุมการสั่งการของสมองและส่วนประกอบทางจิตวิทยา	7
2.3	รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ	9
3.1	กรอบแนวคิดของการศึกษา	22
4.1	รูปภาพลักษณะผักเชียงดา	34
4.2	รูปลักษณะแปลงสาธิตผักเชียงดาเพื่อศึกษาวิจัย	35
4.3	รูปน้ำผักเชียงดาสำเร็จรูปบรรจุขวด	35
4.4	รูปภาพผลากข้อความของน้ำผักเชียงดาสำเร็จรูป	35
4.5	รูปภาพผลากข้อความของผงเชียงดาขงละลายน้ำ	36