สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญ	ซ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดการเพาะปลูกลิ้นจี่และพันธุ์ลิ้นจี่ในจังหวัดเชียงใหม่	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อลิ้นจี่สดของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย	26
ส่วนที่ 3 ศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ซื้อท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย	30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อลิ้นจี่สดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่น และ นักท่องเที่ยวชาวไทย 62

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ 64

สรุปผลการศึกษา 64

อภิปรายผลการศึกษา 73

ข้อค้นพบ 77

ข้อเสนอแนะ 79

บรรณานุกรม 84

ภาคผนวก 86

ตัวอย่างแบบสอบถาม 87

ภาพประกอบพันธุ์ลิ้นจี่ที่นิยมปลูกในภาคเหนือ 92

ประวัติผู้เขียน 96

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อลิ้นจี่สด	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	19
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	23
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	24
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อลิ้นจี่สดใน1 ปี	26
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อลิ้นจี่สด	28
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลิ้นจี่ที่นิยมซื้อ	29
12	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นตระหนักถึงปัญหา ในด้านแหล่งข้อมูลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อลิ้นจี่สดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	30
13	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นตระหนักถึงปัญหา ในด้านสาเหตุสำคัญในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	32
14	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นแสวงหาข้อมูล ในด้านข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	34

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นแสวงหาข้อมูล ในด้านแหล่งข้อมูลในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	36
16	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินทางเลือก ในด้านการเปรียบเทียบข้อมูลในการประเมินทางเลือกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	38
17	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินทางเลือกในด้านปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	40
18	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	42
19	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านสถานที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	44
20	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านลักษณะการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	46
21	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	48
22	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านปริมาณลิ้นจี่สดที่ซื้อเฉลี่ยแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการตัดสินใจซื้อ ในกรณีที่มีผลไม้ตามฤดูกาลชนิดอื่นวางจำหน่ายพร้อมกับลิ้นจี่สดในราคาที่ใกล้เคียงกันของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	52
24	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินหลังการซื้อ ในด้านความรู้สึกเมื่อบริโภคลิ้นจี่สดที่ซื้อมาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	54
25	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินหลังการซื้อ ในกรณีที่ไม่พอใจลิ้นจี่สดหลังจากการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	56
26	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินหลังการซื้อ ในด้านการเลือกซื้อลิ้นจี่สดในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	58
27	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินหลังการซื้อ ในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นซื้อลิ้นจี่สดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	60
28	แสดงจำนวนและร้อยละ การเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สดขั้นการประเมินหลังการซื้อ ในด้านปัญหาที่พบในการซื้อลิ้นจี่สดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว	62
29	สรุปปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว	68
30	สรุปผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อลิ้นจี่สด ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนท้องถิ่นและผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว	69

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

รูป		หน้า
1	ภาพลิ้นจี่พันธุ์ฮงฮวย	92
2	ภาพลิ้นจี่พันธุ์จักรพรรดิ	93
3	ภาพลิ้นจี่พันธุ์กิมเจ็ง	94
4	ภาพลิ้นจี่พันธุ์โอเฮียะ	95

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved