

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	38
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อลำไยสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นพำนักอาศัย	39
ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นพำนักอาศัย	96
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	114
สรุปผลการศึกษา	114
อภิปรายผลการศึกษา	137
ข้อค้นพบ	139
ข้อเสนอแนะ	140
บรรณานุกรม	143
ภาคผนวก	146
ตัวอย่างแบบสอบถาม	147
ประวัติผู้เขียน	153

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	13
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	13
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	14
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	16
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกคนอื่นในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน โดยไม่นับรวมผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	18
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาจังหวัดเชียงใหม่	20
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อหรือเคยบริโภค	21
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อ	21
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่ชอบที่สุด	22
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อลำไยสด	23
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด	24
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเดือนที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อลำไยสด	26
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด	27
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด	28
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการหาและใช้ข้อมูลในการประเมินทางเลือกเพื่อซื้อลำไยสด	29
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อลำไยสดใน 1 ปี	30
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณลำไยสดที่ซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	31
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อลำไยสด	32
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกลหลังการซื้อลำไยสด	33
4.24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด	34
4.25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด	35
4.26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด	36
4.27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.28	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาจากการซื้อลำไยสด	38
4.29	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อหรือเคยบริโภค และเพศ	39
4.30	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อ และเพศ	40
4.31	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่ชอบที่สุด และเพศ	41
4.32	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อลำไยสด และเพศ	42
4.33	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และเพศ	43
4.34	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเดือนที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด และเพศ	44
4.35	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อลำไยสด และเพศ	45
4.36	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกจำแนกตามโอกาสที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด และเพศ	47
4.37	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และเพศ	48
4.38	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการหาและใช้ข้อมูลในการประเมินทางเลือกเพื่อซื้อลำไยสด และเพศ	49
4.39	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อลำไยสดใน 1 ปี และเพศ	50
4.40	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณลำไยสดที่ซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และเพศ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.41 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และเพศ	52
4.42 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกลับหลังการซื้อลำไยสด และเพศ	53
4.43 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อหรือเคยบริโภค และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54
4.44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่เคยซื้อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.45 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่ชอบที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
4.46 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
4.47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเดือนที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
4.49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสที่ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
4.52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการหาและใช้ข้อมูลในการประเมินทางเลือกเพื่อซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.53	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อ ลำไยสดใน 1 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
4.54	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณลำไยสด ที่ซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
4.55	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญ ที่สุดในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
4.56	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกลัง การซื้อลำไยสด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
4.57	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักพันธุ์ ลำไยสดที่เคยซื้อหรือเคยบริโภค และถิ่นพำนักอาศัย	81
4.58	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่ เคยซื้อ และถิ่นพำนักอาศัย	82
4.59	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ลำไยสดที่ ชอบที่สุด และถิ่นพำนักอาศัย	83
4.60	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ ลำไยสด และถิ่นพำนักอาศัย	84
4.61	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลใน การตัดสินใจซื้อลำไยสด และถิ่นพำนักอาศัย	85
4.62	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเดือนที่ซื้อ ลำไยสดบ่อยที่สุด และถิ่นพำนักอาศัย	86
4.63	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อ ลำไยสด และถิ่นพำนักอาศัย	87
4.64	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกจำแนกตามโอกาสที่ ซื้อลำไยสดบ่อยที่สุด และถิ่นพำนักอาศัย	89
4.65	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และถิ่นพำนักอาศัย	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.66	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบจำแนกตามลักษณะการหาและใช้ข้อมูลในการประเมินทางเลือกเพื่อซื้อลำไยสด และถั่นพำนักอาศัย	91
4.67	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อลำไยสดใน 1 ปี และถั่นพำนักอาศัย	92
4.68	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณลำไยสดที่ซื้อแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และถั่นพำนักอาศัย	93
4.69	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อลำไยสด และถั่นพำนักอาศัย	94
4.70	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกลังการซื้อลำไยสด และถั่นพำนักอาศัย	95
4.71	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามเพศ	96
4.72	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามเพศ	98
4.73	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามเพศ	99
4.74	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามเพศ	100
4.75	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
4.76	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
4.77	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.78	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
4.79	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	109
4.80	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	111
4.81	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	112
4.82	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสด จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	113
5.1	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	118
5.2	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	121
5.3	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	122
5.4	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129
5.5	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
5.6	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลำไยสดของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามถิ่นพำนักอาศัย	136



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved