

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตและวิธีการศึกษา	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	11
การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของ ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	26
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	43
สรุปผลการศึกษา	43
อภิปรายผลการศึกษาและข้อค้นพบ	53
ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	60
ประวัติผู้เขียน	67

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	15
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	16
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	19
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	20
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	21
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อผลไม้ตระกูลส้มมาบริโภคในระยะเวลา 1 ปี	22
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อส้มสายน้ำผึ้งมาบริโภคในระยะเวลา 1 ปี	23
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งแทนผลไม้อื่น	25
11 แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งขั้นการรับรู้ปัญหา ในด้านเวลาในการซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	26
12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งขั้นการรับรู้ปัญหา ในด้านปัจจัยสำคัญในการได้รับแรงกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	27
13 แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งขั้นการค้นหาข้อมูล ในด้านรูปแบบของการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
14	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการค้นหาข้อมูล ในด้านข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	30
15	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการค้นหาข้อมูล ในด้านแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสั้ม สายน้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	31
16	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบกระบวนการ ตัดสินใจซื้อสั้มสายน้ำผึ้งขั้นการประเมินทางเลือก ในด้านปัจจัยสำคัญในการ ตัดสินใจประเมินทางเลือกเพื่อซื้อสั้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามใน จังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	32
17	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการซื้อ ในด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสั้มสายน้ำผึ้งของ ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	34
18	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการซื้อ ในด้านลักษณะการบริโภคสั้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบ แบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	35
19	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการซื้อ ในด้านปริมาณการซื้อสั้มสายน้ำผึ้งเฉลี่ยต่อครั้งของผู้ตอบ แบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	36
20	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นการซื้อ ในกรณีที่พบผลไม่ชนิดอื่นวางจำหน่ายพร้อมกับสั้มสาย น้ำผึ้งในราคาที่ใกล้เคียงกันของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และ กรุงเทพมหานคร	37
21	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อสั้มสาย น้ำผึ้งขั้นหลังการซื้อ ในด้านปัญหาที่พบหลังการซื้อสั้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบ แบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
22	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งชั้นหลังการซื้อ ในด้านพฤติกรรมหลังการซื้อส้มสายน้ำผึ้งกรณีที่ไม่พอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	39
23	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งชั้นหลังการซื้อ ในด้านการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	40
24	แสดงจำนวน ร้อยละและการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งชั้นหลังการซื้อ ในด้านการแนะนำให้กับบุคคลอื่นซื้อส้มสายน้ำผึ้งในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	41
25	สรุปปัจจัยสำคัญในการได้รับแรงกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย	46
26	สรุปปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจประเมินทางเลือกเพื่อซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย	47
27	สรุปผลการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร	48