

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	13
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรบริ โภคชา	24
2.1 ข้อมูลพฤติกรรมกรรบริ โภคชาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการทดสอบทางประสาทสัมผัสต่อผลิตภัณฑ์ชา	31
3.1 คะแนนความชอบด้านประสาทสัมผัสที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชา	31
3.2 การวิเคราะห์การยอมรับและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชา	37
ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรบริ โภคชา การยอมรับ การตัดสินใจซื้อ	44
และข้อมูลด้านประสาทสัมผัส จำแนกตามประเภทของผู้ตอบ	
แบบสอบถาม	
4.1 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรบริ โภคชาจำแนกตามประเภทของ	44
ผู้ตอบแบบสอบถาม	
4.2 ความสัมพันธ์ของข้อมูลด้านประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ชาจำแนก	57
ตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับประเภทของ	65
ผลิตภัณฑ์ชา	
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	69
5.1 สรุปผลการศึกษา	69
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	76
5.3 ข้อค้นพบ	79
5.4 ข้อเสนอแนะ	81
เอกสารอ้างอิง	83
ภาคผนวก	86
ประวัติผู้เขียน	107

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	5
2	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
3	จำนวนและร้อยละประเทศต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	21
4	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบในการดื่มชา	25
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภคชา	25
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของชาที่นิยมดื่ม	25
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการดื่มชา	26
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาของการดื่มชา	26
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคชา	27
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชา	27
12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ดื่มชา	28
13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจในการเลือกร้านค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชา	28
14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลชา	29
15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชา	29
16	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อชา	30
17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ดื่มชา	30
18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาอูหลง	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาดำ	33
20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะลิ	34
21	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาเขียว	35
22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ชา	36
23	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ชา เมื่อวางจำหน่าย	36
24	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ชา จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	37
25	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ชา จากกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	38
26	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ชา จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	39
27	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	40
28	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาของกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	41
29	การวิเคราะห์ระหว่างคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยวิธีลอจิสติกส์รีเกรสชัน	42
30	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบในการดื่มชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
31	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภคชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของชาที่นิยมดื่มและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
33	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการดื่มชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
34	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาของการดื่มชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
35	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
36	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
37	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ดื่มชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
38	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจในการเลือกร้านค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
39	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
40	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
41	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
42	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ดื่มชาและประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
43	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาอูหลง	57
44	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาอูหลง	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
45	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ชาอูหลง เมื่อวางจำหน่าย	58
46	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาดำ	59
47	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาดำ	60
48	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ชาดำเมื่อวางจำหน่าย	60
49	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะลิ	61
50	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ชามะลิ	62
51	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ชามะลิเมื่อวางจำหน่าย	62
52	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชาเขียว	63
53	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาเขียว	64
54	จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวเมื่อวางจำหน่าย	64
55	การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสจำแนกตามประเภทของชา จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	65
56	การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสจำแนกตามประเภทของชา จากกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย	66
57	การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสจำแนกตามประเภทของชา จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	67



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved