

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ประวัติความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.2 วิธีการศึกษา	18
3.3 สถานที่ในการดำเนินการศึกษา	23
3.5 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อมูลค่าตรา ผลิตภัณฑ์กาแฟระดับท้องถิ่น	32
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลการรับรู้ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อมูลค่าตรา ผลิตภัณฑ์กาแฟระดับประเทศ	49
4.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างการรับรู้ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์กาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ	63
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
5.1 สรุปผลการศึกษา	78
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	91
5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา	95
5.4 ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	102
แบบสอบถาม	103
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านกาแฟตราผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและในระดับประเทศ	18
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	25
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	25
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	26
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	27
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการใน 1 สัปดาห์ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	28
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกิจกรรมในวันหยุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทร้านกาแฟ	29
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกิจกรรมที่ชอบทำในร้านกาแฟของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทร้านกาแฟ	31
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าสถิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามในการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ	32
ตารางที่ 4.9 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการจดจำได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	34
ตารางที่ 4.10 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการระลึกได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	35

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.11	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านความคุ้นเคยกับ ตราผลิตภัณฑ์	36
ตารางที่ 4.12	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการรับรู้ ความหมายด้านคุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า	37
ตารางที่ 4.13	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการรับรู้ ความหมายด้านคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า	38
ตารางที่ 4.14	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการรับรู้ ความหมายด้านคุณสมบัติประโยชน์ในการใช้งาน	39
ตารางที่ 4.15	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการรับรู้ ความหมายด้านคุณสมบัติด้านสัญลักษณ์	41
ตารางที่ 4.16	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการรับรู้ ความหมายด้านคุณสมบัติด้านประสบการณ์	43
ตารางที่ 4.17	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านทัศนคติ	44
ตารางที่ 4.18	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการชื่นชอบในตรา ผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านตราผลิตภัณฑ์โดยตรง	46
ตารางที่ 4.19	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่า ตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการชื่นชอบในตรา ผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.20	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นในองค์ประกอบด้านการชื่นชอบในตราผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์	49
ตารางที่ 4.21	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการจดจำได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	50
ตารางที่ 4.22	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการระลึกได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	51
ตารางที่ 4.23	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านความคุ้นเคยกับตราผลิตภัณฑ์	52
ตารางที่ 4.24	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์	53
ตารางที่ 4.25	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์	54
ตารางที่ 4.26	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ในการใช้งาน	55
ตารางที่ 4.27	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์	56
ตารางที่ 4.28	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านทัศนคติ	59
ตารางที่ 4.30 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการขึ้นชอบในตราผลิตภัณฑ์	61
ตารางที่ 4.31 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการขึ้นชอบในตราผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์	62
ตารางที่ 4.32 แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับการแปลผลการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการขึ้นชอบในตราผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์	63
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ในองค์ประกอบของความตระหนักรู้ถึงตราผลิตภัณฑ์ระหว่างตราผลิตภัณฑ์กาแฟท้องถิ่น และระดับประเทศ	64
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการจดจำได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	65
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการระลึกได้ตราผลิตภัณฑ์	66
ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านความคุ้นเคยกับตราผลิตภัณฑ์	67
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ในองค์ประกอบของการขึ้นชอบในตราผลิตภัณฑ์ระหว่างตราผลิตภัณฑ์กาแฟท้องถิ่นและระดับประเทศ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการแปลผลและสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านการจดจำได้ถึงตราผลิตภัณฑ์	69
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ในองค์ประกอบของความหมายตราผลิตภัณฑ์ระหว่างตราผลิตภัณฑ์กาแฟท้องถิ่น และระดับประเทศ	70
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณสมบัติที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า	71
ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า	72
ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ในการใช้งาน	73
ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์	74
ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์	75
ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับการแปลผล และสถิติเปรียบเทียบการรับรู้ต่อมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ของกาแฟระดับท้องถิ่นและระดับประเทศในองค์ประกอบด้านทัศนคติ	76