

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ท
สารบัญตารางภาคผนวก	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 การตรวจเอกสารเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
1.6.1 พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล	5
1.6.2 conjoint analysis และการประยุกต์ใช้	6
บทที่ 2 ระเบียบวิธีวิจัย	10
2.1 แนวคิดทฤษฎี conjoint analysis	10
2.2 ขั้นตอนในการศึกษา conjoint analysis	11
2.2.1 การพิจารณาปัญหาการวิจัยและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.2.2 การเลือกวิธีการ conjoint analysis ที่เหมาะสม	12
2.2.3 การออกแบบชุดคุณลักษณะ	12
2.2.4 วิธีการเก็บการรวบรวมข้อมูล	13
2.2.5 การเลือกแบบการนำเสนอ การแสดงชุดคุณลักษณะ การตัดสินใจ	14
2.2.6 กระบวนการเก็บการรวบรวมข้อมูล	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.7 วิธีการที่ใช้การประเมินหรือประมาณค่าความพอใจ	15
2.2.8 การตรวจสอบความถูกต้องผลการวิเคราะห์	15
2.2.9 การอธิบายผลและการนำไปประยุกต์ใช้	16
2.2.10 การเลือกตัวอย่าง	16
2.3 วิธีการศึกษา	17
บทที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคและการซื้อกุ้งขาวของผู้บริโภคในเขตเมือง ของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน	22
3.1 ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างผู้บริโภค	22
3.2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลทั่วไปของผู้บริโภค	27
3.3 การตลาดกุ้งขาวและอาหารทะเลในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน	33
บทที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของกุ้งขาว	36
4.1 ลักษณะของแบบจำลองความพึงพอใจ	36
4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของกุ้งขาว	38
4.3 การทำนายความพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคต	44
4.3.1 แบบจำลองความพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคต	46
4.3.2 การแก้ไขความสัมพันธ์ที่ตรงข้ามกัน	49
4.4 การจำลองตลาดทางเลือกและคุณลักษณะของกุ้งขาวที่เป็นที่ต้องการ ของผู้บริโภคในอนาคต	55
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการศึกษา	62
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์การตลาดและนโยบายสำหรับภาครัฐ	64
5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	72
ก ชุคคุณลักษณะที่นำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครทั้ง 13 ชุคคุณลักษณะ และแบบสอบถามที่นำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร	73
ประวัติผู้เขียน	79



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	9
2.1	19
3.1	23
3.2	23
3.3	24
3.4	25
3.5	26
3.6	27
3.7	28
3.8	29
3.9	30
3.10	31
3.11	33
4.1	40
4.2	40
4.3	42
4.4	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.5	ประมาณการจำนวนประชากรจำแนกตามกลุ่มอายุแต่ละปี	45
4.6	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคต (จำนวน 59 ราย) เมื่อกำหนดให้ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear less	47
4.7	ค่าสถิติแสดงความเหมาะสมของแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคต (จำนวน 59 ราย) เมื่อกำหนดให้ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear less	49
4.8	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่หนึ่ง (จำนวน 37 ราย) เมื่อกำหนดความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear less	51
4.9	ค่าสถิติแสดงความเหมาะสมของแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่หนึ่ง (จำนวน 37 ราย) เมื่อแบบจำลองความพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear less	52
4.10	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่สอง (จำนวน 22 ราย) เมื่อแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear more	53
4.11	ค่าสถิติแสดงความเหมาะสมของแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะกุ้งขาวของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่สอง เมื่อแบบจำลองความพอใจต่อคุณลักษณะด้านราคาเป็นแบบ linear more	54
4.12	ชุดคุณลักษณะกุ้งขาวที่ใช้ในการวิเคราะห์ตลาดจำลองสำหรับกลุ่มผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่หนึ่ง (ผู้บริโภคตัวอย่างจำนวน 37 ราย)	56
4.13	คะแนนความพอใจรวมและส่วนแบ่งตลาดกุ้งขาวที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาดจำลองของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่หนึ่ง (จำนวนผู้บริโภคตัวอย่าง 37 ราย) โดยใช้วิธีการจำลองตลาดแบบ Maximum utility ในตลาดจำลองแบบต่างๆ (linear less model)	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.14	คุณลักษณะสินค้าที่น่าจะมีโอกาสที่ดีและน่าสนใจในตลาดผู้บริโภคในอนาคต	58
4.15	คะแนนความพอใจรวมและส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาด จำลองของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่หนึ่ง (กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญแก่ราคา) โดยวิธีจำลองตลาดแบบ Maximum Utility สำหรับลักษณะสินค้ากุ้งขาวที่ น่าสนใจในอนาคต	59
4.16	คะแนนความพอใจรวมและส่วนแบ่งตลาดกุ้งขาวที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาด จำลองของผู้บริโภคในอนาคตกลุ่มที่สอง (กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ให้ความสำคัญแก่ราคา) โดยวิธีจำลองตลาดแบบ Maximum Utility สำหรับลักษณะสินค้ากุ้งขาวที่ น่าสนใจในอนาคต	60
4.17	ส่วนแบ่งตลาดของกุ้งขาวลักษณะต่างๆเมื่อมีการรวมกลุ่มลักษณะของกุ้งขาว แซ่แข็ง	61

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1.1	1
2.1	11
3.1	24
3.2	25
3.3	26
3.4	27
3.5	28
3.6	29
3.7	30
3.8	31
3.9	32
3.10	34
4.1	36
4.2	43
4.3	48
4.4	52
4.5	54

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.6	61

เปรียบเทียบร้อยละส่วนแบ่งตลาด (Maximum Utility) ของแต่ละลักษณะสินค้า โดยใช้ price model แบบ linear less และ linear more



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวก

หน้า

ก ชุคคุณลักษณะที่นำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครั้ง 13 ชุคคุณลักษณะ
และแบบสอบถามที่นำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร

73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved