

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1.1 กฎแห่งอุปสงค์	6
2.1.2 พฤติกรรมผู้บริโภค และแบบจำลองแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.1.3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.1.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	16
2.1.5 แบบจำลองทางเศรษฐมิติ	19
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	26
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	26
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	26

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	40
4.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง	45
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	53
5.2 ข้อเสนอแนะ	55
เอกสารอ้างอิง	56
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ Logit model	60
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	68
ประวัติผู้เขียน	

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	33
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	34
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	35
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	37
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	38
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	39
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง	40
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามประเภท	40
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามวัตถุประสงค์	41
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามความถี่	41
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามปริมาณการซื้อ	42
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามช่วงเวลา	42
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามวัน	43
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามสถานที่	44
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามการตัดสินใจ	44
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยซื้อจำแนกตามช่วงจำนวนเงินที่ซื้อ	45
4.18 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี maximum likelihood estimates	50
4.19 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี marginal effect	51

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคมารับ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงของผู้บริโภค	4
2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved