

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ด
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.1.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.2 ทบทวนวรรณกรรม	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	24
3.1 ขอบเขตการศึกษา	24
3.2 ขอบเขตการประชากร	24
3.3 วิธีการศึกษา	25
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	25
3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	26
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 5 บทสรุป	57
5.1 สรุปผลการศึกษา	57
5.2 อภิปรายผล	61
5.3 ข้อค้นพบ	64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	28
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	29
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	30
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	31
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	32
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการบริโภค	33
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสใน การบริโภค	34
8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระดับราคาต่างๆ	35
9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น ต่อราคาของขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ	36
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ซื้อขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ	37
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งที่ซื้อ	38
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติที่เลือกซื้อ	39
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา ที่เลือกซื้อ	42
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ หีบห่อที่เลือกซื้อ	44
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่เลือกซื้อ	45
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่เลือกซื้อ	47

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	49
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	50
19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อต่อครั้ง	51
20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	52
21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคา	54
22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่	54
23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย	55

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) [Model of Buyer (consumer) Behavior]	7
2 โมเดลปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	12
3 แสดงขั้นตอนการประเมินผลกับการตัดสินใจซื้อ	18