สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันปาล์มและผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์ม	8
2.2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	13
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	14
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ลักษณะของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	
4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคตัวอย่าง	17
4.2 พฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	20
บทที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	
5.1 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภค	30
5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	38
5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	40
บทที่ 6 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
6.1 สรุปผล	47
6.2 ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	7
3.1	สถานที่และกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา	13
4.1	คุณลักษณะของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	18
4.2	วัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	21
4.3	ตราสินค้าและขนาดบรรจุของน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคนิยมซื้อ	21
4.4	จำนวนซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดต่อครั้งของผู้บริโภคตัวอย่าง	22
4.5	ความถี่ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	23
4.6	สถานที่และช่วงเวลาที่สะดวกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง	24
4.7	ประเภทสื่อที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	25
4.8	บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	25
4.9	เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	26
4.10	ชนิดของน้ำมันที่จะเลือกใช้แทนน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	27
4.11	เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันชนิดอื่นแทนน้ำมันปาล์มในกรณีไม่มีน้ำมันปาล์ม	28
4.12	ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคาน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	29
5.1	องค์ประกอบของช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	33
5.2	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	34
5.3	องค์ประกอบของราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	36
5.4	องค์ประกอบของการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	37
5.5	ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อ	39
5.6	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	41
5.7	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	41
5.8	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	42
5.9	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	42

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.10	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	44
5.11	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	45
5.12	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	45
61	ความสัมพันธ์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด	54

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

รูป		หน้า
2.1	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved