

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(10)
สารบัญภาพ.....	(11)

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7

บทที่ 2 บททบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับหลักพฤติกรรมศาสตร์กับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
2.2.1 ปัจจัยภายนอก.....	18
2.2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	19
2.2.1.1.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	19
2.2.1.1.2 กลยุทธ์ด้านราคา.....	22
2.2.1.1.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการตลาด.....	23
2.2.1.1.4 กลยุทธ์ด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.1.1 แนวคิดด้านสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอกอื่นๆ.....	26
2.2.1.1.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ.....	26
2.2.1.1.2 ปัจจัยทางสังคม.....	26
2.2.2 ปัจจัยภายใน.....	27
2.2.2.1 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์.....	27
2.2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	28
2.3 งานวิจัยและบทความอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.3.1 งานวิจัยและบทความด้านส่วนประสมทางการตลาด.....	39
2.3.2 งานวิจัยและบทความด้านปัจจัยทางสังคม.....	39
2.3.3 งานวิจัยและบทความด้านประชากรศาสตร์.....	39
2.3.4 งานวิจัยและบทความด้านทัศนคติ.....	41

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ขอบเขตการวิจัย.....	45
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	46
3.3 สมมติฐานงานวิจัย.....	48
3.4 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.5 ประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	50
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	52
3.7 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	58
3.8 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล.....	62

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1	ข้อมูลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	65
4.1.1	ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
4.1.2	พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม.....	68
4.1.3	การประเมินการให้ความสำคัญต่อบัจจัยต่างๆ ของผลิตภัณฑ์.....	77
	OTOP ประเภทอาหารและระดับความพึงพอใจเครื่องดื่ม	
4.2	ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	80
4.2.1	การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ.....	80
4.2.2	การทดสอบสมมติฐานเบื้องต้น.....	80
4.2.2.1	การตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูล.....	80
4.2.2.2	การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ.....	81
4.2.2.3	การวิเคราะห์ปัจจัย.....	81
4.2.2.4	การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นตรง.....	85
4.2.2.5	การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากรทางสถิติ.....	86
4.2.2.6	การวิเคราะห์ทางสถิติแบบ Oneway ANOVA.....	86

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1	ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลิตภัณฑ์.....92
	OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
5.1.1	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP.....92
	ประเภทอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร
5.1.2	สรุปความคิดเห็นและข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค.....95
5.2	ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม.....99
5.2.1	ปัจจัยด้านที่ตรงตามความต้องการของตลาด.....99
5.2.2	ปัจจัยด้านที่ต้องมีการแก้ไขและปรับปรุง.....100
5.2.3	ปัจจัยที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม.....105
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ สถานศึกษา และภาคเอกชน.....106
5.4	ประโยชน์ของงานวิจัย.....110
5.5	ข้อจำกัดของงานวิจัย.....110
5.6	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....111

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย.....	112
ภาคผนวก ข	การทดสอบความน่าเชื่อถือของปัจจัย.....	119
ภาคผนวก ค	การทดสอบค่าสถิติการแจกแจงของตัวอย่างเบื้องต้น.....	122
ภาคผนวก ง	การวิเคราะห์ปัจจัย (FACTOR ANALYSIS).....	126
ภาคผนวก จ	การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นตรง.....	129
ภาคผนวก ฉ	การวิเคราะห์ทางสถิติแบบ TWO SAMPLE TEST OF HYPOTHESIS..... และ ONE WAY ANOVA	132
ภาคผนวก ช	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม.....	147
บรรณานุกรม.....		151