

## สารบัญแผนภาพ

หน้า

1.1	แผนภาพแสดงจำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ปี 2549.....	3
1.2	แผนภาพแสดงสัดส่วนผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ.....	5
2.1	แผนภาพแสดงกลยุทธ์การขับเคลื่อนโครงการ OTOP ด้วยองค์ประกอบต่างๆ.....	14
2.2	แผนภาพแสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคตาม S-R Theory.....	17
2.3	แผนภาพแสดงปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อแนวคิด และรูปแบบการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจของผู้บริโภค	18
2.4	แผนภาพแสดงแบบจำลองตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	44
3.1	แผนภาพแสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP..... ประเภทอาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	47
4.1	แผนภาพแสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเพศ.....	65
4.2	แผนภาพแสดงผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคเคยซื้อ.....	68
4.3	แผนภาพแสดงพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม.....	69
4.4	แผนภาพแสดงแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม.....	69
4.5	แผนภาพแสดงแหล่งที่ผู้บริโภครู้จักและรับรู้ข่าวสารของผลิตภัณฑ์ OTOP..... ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม	70
4.6	แผนภาพแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ OTOP..... ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม	71
4.7	แผนภาพแสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ OTOP..... ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม	71