



247685

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน  
มาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่**

**ปารมี คำชมภู**

**เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต**

**บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
พฤษภาคม 2555**

๖๐๐๙๕๙๖๐๓

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247685

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน  
มาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ปารมี คำชมภู

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
พฤษภาคม ๒๕๕๕

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน  
มาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ปารมี คำชมภู

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

  
.....ประธานกรรมการ

ผศ. วสันต์ ศิริพุด  
.....กรรมการ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร  
.....กรรมการ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

1 พฤษภาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ สำเร็จลุล่วงได้ เพราะได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตร ประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาและผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ คณะกรรมการในการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้สละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษ ให้ความช่วยเหลือตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดียิ่ง ซึ่งผู้เขียนจึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร ประธานกรรมการสอบการ ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ กรรมการ รวมทั้ง ผศ. วสันต์ ศิริพูล กรรมการ ในการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่ายิ่งต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนให้คำแนะนำต่างๆ อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์รับเชิญทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ตลอดจนแง่คิดในด้านต่างๆ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุด คณะเศรษฐศาสตร์ ทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ที่ให้โอกาส ส่งเสริม และเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา ส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ ตลอดจนเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 17 และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนการศึกษานี้ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดระยะเวลาการศึกษานำมาซึ่งการศึกษานี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนคาดหวังว่า การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่สนใจ หากมีความผิดพลาดหรือมีข้อบกพร่องในส่วนหนึ่งส่วนใด ผู้เขียนขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ปารมี คำชมภู

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน  
มาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน      นายปารมี คำชมภู

ปริญญา      เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร. นิสิต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร. ไพรัช กาญจนการุณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

247685

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์  
ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน  
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่บุคคลทั่วไปที่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในเขต  
เทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้  
สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่ ร้อยละ และจัดลำดับความสำคัญโดยอาศัยมาตรวัดแบบประเมินค่า  
(Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง  
มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และมีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ  
นักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ  
10,000 บาท มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,000 - 50,000 บาท มีจำนวนสมาชิกใน  
ครอบครัว 4 คน และมีรถยนต์ในครอบครองจำนวน 1 คัน เป็นส่วนใหญ่

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ มีวัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อรถยนต์คือ ซื้อเพื่อใช้เดินทางไปทำงาน หรือ โรงเรียน โดยมีตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด วิธีการชำระเงินในการเลือกซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างนิยมแบบผ่อนชำระรายงวด ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า โครงการส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและสนใจที่จะเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลมาใช้งาน โดยยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุดคือ นิสสัน มาร์ช (Nissan March)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากที่สุด ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพตัวรถมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องจำนวนสาขาและศูนย์บริการมีจำนวนมากมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องจำนวนสาขาและศูนย์บริการมีจำนวนมากมากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องการให้ของแถมมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องติดต่อพนักงานได้สะดวกมากที่สุดปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องโชว์รูมและศูนย์บริการของแต่ละสาขามีระเบียบและขั้นตอนในการให้บริการเป็นแบบแผนเดียวกัน และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินการซื้อ - ขายมากที่สุด

**Independent Study Title** Factors Affecting Consumers' Choice for Purchasing Eco - cars  
in Chiang Mai Municipality

**Author** Mr. Paramee Khamchompoo

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Dr. Nisit Panthamit Advisor

Asst. Prof. Dr. Pairut Kanjanakaroon Co - advisor

**ABSTRACT**

**247685**

The objective of this study was to analyze the Marketing Mix 7P's factors affecting consumer's choice when purchasing on Eco – cars in Chiang Mai Municipality

The data used in this study was primary data collected using a questionnaire from 300 people, were over 18 years old, based on an accidental sampling method. The data were using descriptive statistics and Likert's rating scale method.

The preliminary results found that the majority of respondents were female, with an 21 to 30 years old, single or undergraduates with average income in the range less or equal than 10,000 Bath per month, and residents average income in the range 10,000 – 50,000 Bath per month, Maximum inhabitants in the houses was 4 and the number of cars per household was 1

The study on cars use and buying behavior showed that most purpose of buying a car was to commute to work or school by themselves as influencing the decision to buy. Most agree with paying for the purchase by installments. The first time car buyers, off the government's decision to buy a car, were interested in the purchasing power standards that were used. Eco - cars that people were most interested in was the Nissan (Nissan March).

The study into the Marketing mix 7P's factors effecting the buying decision found that product and service affected the decision to buy on Eco – cars. The group most focused on the level of fuel economy. In the price factor, value for the money was focused on. In the place factor, the group focused on the number of branches and service centers. Factors in promoting the market focused on the premium and for human or personal factors. The convenience of contact forms are a factor of the services. The group most focused on in each of the showrooms and service centers were the rules and procedures that provide the same pattern. The last factor was service and the group focused most on the convenience of buying and selling.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	12
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	12
1.5 คำนิยามศัพท์	12
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม</b>	
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	
1) ทฤษฎีอุปสงค์	14
2) ทฤษฎีแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	16
3) ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	18
4) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ	26
5) ทฤษฎีการจูงใจ	27
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.3 กรอบแนวคิด	33

<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	34
3.2	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.3	วิธีการศึกษา	36
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	
4.1	ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	38
4.2	ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	45
4.3	ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร โภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	48
4.4	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล	54
<b>บทที่ 5</b>	<b>บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1	สรุปผลการศึกษา	72
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	75
5.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	77
	<b>เอกสารอ้างอิง</b>	79
	<b>ภาคผนวก</b>	81
	<b>ประวัติผู้เขียน</b>	89

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่และความหนาแน่นของประชากรตั้งแต่ พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ.2554	3
1.2 จำนวนประชากรชายและหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ตามทะเบียนราษฎร พ.ศ. 2544 – 2554	4
1.3 ยอดขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลทุกประเภท แบ่งตามยี่ห้อต่างๆ ทั่วประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2550 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554	5
1.3 (ต่อ) ยอดขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลทุกประเภทแบ่งตามยี่ห้อต่างๆ ทั่วประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554	6
1.4 จำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมทุกประเภททั่วประเทศและจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2554	7
1.5 จำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่ง (รย.1) ทั่วประเทศ และจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2554	8
1.6 ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผู้ค้าน้ำมันจำหน่ายให้ลูกค้า จำแนกตามชนิดน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2553	9
1.7 ราคาน้ำมันขายปลีกมาตรฐานของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 ถึง ปี พ.ศ. 2555	10
1.8 สถิติอุณหภูมิ ณ สถานีอุตุนิยมวิทยา จังหวัดเชียงใหม่ ช่วงปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2553	11
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.4 ระดับการศึกษาที่จบสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	41

4.6(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวกลุ่มตัวอย่าง	42
4.7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.8 การมีรถยนต์ในครอบครองของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.8(1) จำนวนรถยนต์ที่มีในครอบครองของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.9 วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.10 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	46
4.11 วิธีการชำระเงินในการเลือกซื้อรถยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	46
4.12 โครงการส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลกับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	47
4.13 ความสนใจที่จะเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	48
4.14 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ของกลุ่มตัวอย่าง	49
4.15 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของ กลุ่มตัวอย่าง	50
4.16 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน มาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.17 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน มาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.18 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.19 ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน มาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.20 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน มาตรฐานสากลของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถยนต์	55
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผลจากนโยบายส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล	57

4.23	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสนใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลมาใช้งาน	58
4.24	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถยนต์	60
4.25	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผลจากนโยบายส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล	63
4.26	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความสนใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลมาใช้งาน	65
4.27	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถยนต์	67
4.28	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผลจากนโยบายส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล	69
4.29	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความสนใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลมาใช้งาน	71
5.1	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง กับวิธีการชำระเงินเมื่อซื้อรถยนต์ ผลจากนโยบายส่วนลดรถยนต์คันแรกของรัฐบาลต่อการตัดสินใจเลือก และความสนใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลมาใช้งาน	74

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 การจัดลำดับอุณหภูมิโลกรายปีที่มีอุณหภูมิสูงมาก ตั้งแต่ ค.ศ.1850 ถึง ค.ศ.2008	2
1.2 อุณหภูมิเฉลี่ยของโลก ตั้งแต่ ค.ศ.1880 - 2011 (พ.ศ. 2423 - 2553)	2
1.3 อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยรายปีของประเทศไทยที่ต่างจากปกติตั้งแต่ พ.ศ. 2494 – 2551	10
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค หรือ S-R Theory และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค	19
2.2 แสดงขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	25