

## สารบัญ

บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภูมิ	(7)
1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	3
2. แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	15
แนวคิดค่านิยมกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค	17
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
กรอบแนวคิดในการศึกษา	28
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	29
กลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	29
เครื่องมือวิจัย	30
วิธีการรวบรวมข้อมูล	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค	35
ส่วนที่ 3 อิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	38
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน	40

## สารบัญ (ต่อ)

5. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา.....	48
สรุปผลการศึกษา.....	48
อภิปรายผลการศึกษา.....	50
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	51
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละข้อมูลลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล.....	33
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค .....	35
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละด้านของค่านิยมกับพฤติกรรม ..	38
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค .....	38
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการเปรียบเทียบค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค จำแนกตามเพศ.....	40
ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค จำแนกตามอายุ.....	41
ตารางที่ 4.7 แสดงผลการเปรียบเทียบค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค จำแนกตามคณะที่ศึกษา.....	43
ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค จำแนกตามการทำงาน .....	44
ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง .....	46

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค .....	6
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค .....	8
3	โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	15
4	กรอบแนวความคิด .....	28

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี