

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	4
1.5 กรอบและแนวคิดในการวิจัย.....	4
1.6 สมมติฐาน.....	4
1.7 นิยามศัพท์.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	6
2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
2.3 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	14
2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	18
2.6 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	19
2.7 ประวัติความเป็นมาของชาในประเทศไทย.....	23
2.9 ประวัติความเป็นมาของกาแฟในประเทศไทย.....	29
2.10 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	36
3.1	36
3.2	36
3.3	36
3.4	37
3.5	38
3.6	39
3.7	40
4	41
4.1	41
4.2	41
4.3	41
4.4	44
4.5	50
4.6	53
4.7	99
5	100
5.1	100
5.2	100
5.3	100
5.4	101

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟ.....	101
5.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกร บริโภคผลิตภัณฑ์ชาและกาแฟ.....	102
5.7 อภิปรายผล.....	103
5.8 ข้อเสนอแนะ.....	104
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	115