

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ความแตกต่างระหว่างมาตรฐานอาหารฮาลาลกับมาตรฐานอุตสาหกรรมทั่วไป	31
2.2	การขยายตัวของยอดขายอาหารพร้อมปรุงพร้อมทานปี 2005-2010	37
3.1	การแบ่งกลุ่มตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร	47
4.1	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมุสลิมที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	52
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล	53
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์	54
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ	55
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล	56
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย	57
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยด้านกลุ่มอ้างอิง	57
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยด้านครอบครัว	58
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	59
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม	61
4.11	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม	63
4.12	สมการอธิบายความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	64

ตารางที่		หน้า
4.13	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสมการอธิบายความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	65
4.14	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสมการอธิบายความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	65
4.15	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	66

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	โครงสร้างพื้นฐานทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน	9
2.2	มาตรฐานอุตสาหกรรมทั่วไป	29
2.3	มาตรฐานอาหารฮาลาล	30
2.4	ตรารับรองฮาลาลของประเทศต่างๆ ในกลุ่มประเทศมุสลิมและประเทศที่ไม่ใช่ มุสลิม	33
2.5	กรอบแนวคิดในการวิจัย	45