

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	10
3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	10
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
3.6 ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย	12

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษา

ส่วนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์	18
ส่วนที่ 3	ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์	23
ส่วนที่ 4	ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์	31
ส่วนที่ 5	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร	39
ส่วนที่ 6	แสดงระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร	47
ส่วนที่ 7	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามร้านอาหารที่ลงทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	55

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปผลการศึกษา	57
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	59
5.3	ข้อค้นพบ	60
5.4	ข้อเสนอแนะ	67

บรรณานุกรม 69

ภาคผนวก 70

ประวัติผู้เขียน 79

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของร้านอาหารที่ขาย	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพนักงานที่ให้บริการในร้านอาหาร	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาเปิดบริการของร้านอาหาร	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาปิดบริการของร้านอาหาร	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารครั้งล่าสุด	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อครั้งล่าสุด	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ครั้งล่าสุด	19
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าในการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ครั้งล่าสุด	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนความถี่ในการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ในปีที่ผ่านมา (ปี 2548)	20
15 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์	21
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเซรามิกส์ที่ซื้อบ่อยที่สุด	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาของปีที่ซื้อบ่อยที่สุด	22
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ความสำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านผลิตภัณฑ์	23
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ความสำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านราคา	25
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ความสำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านสถานที่	27
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ความสำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านการส่งเสริมการตลาด	29
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านผลิตภัณฑ์	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านราคา	33
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านสถานที่จำหน่าย	35
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องใช้บน โต๊ะอาหารประเภทเซรามิกส์ ด้านการส่งเสริมการตลาด	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 39
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาจำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 41
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จำหน่าย จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 43
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 45
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 47
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาจำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 49
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 51
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้บริการในร้านอาหาร 53
34	แสดงระดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามร้านอาหารที่ลงทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 55
35	สรุปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะประเภทเซรามิกส์ จำแนกตามจำนวนพนักงาน 62
36	สรุปัญหาย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีปัญหาเป็นอันดับแรกต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะประเภทเซรามิกส์ จำแนกตามจำนวนพนักงาน 63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	
38	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	65
39	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร 10 อันดับแรก	66
40	สรุประดับความรุนแรงของปัญหาของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร 10 อันดับแรก	67