

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวความคิด	4
ทฤษฎีและแนวความคิด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนก ตามอายุ และรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามอายุ	37
ส่วนที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามระดับรายได้อีกต่อเดือน	43
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการศึกษา	53
อภิปรายผลการศึกษา	60
ข้อค้นพบ	63
ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	68
ประวัติผู้เขียน	76

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการพักอาศัย	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่พักอาศัย	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่อครั้ง	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากร้านประจำ	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นของฝาก	25
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	26
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่อครั้งและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากร้านประจำและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่อครั้งและระดับรายได้ต่อเดือน	31
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากร้านประจำและรายได้ต่อเดือน	32
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	33
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่	34
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	35
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	36
27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามอายุ	37
28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามอายุ	39
29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามอายุ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามอายุ	41
31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	43
32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	45
33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	46
34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	47
35 แสดงปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา	49
36 แสดงปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา	50
37 แสดงปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา	50
38 แสดงปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา	51
39 แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
40 สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	58