

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ค)
กิตติกรรมประกาศ.....	(จ)

บทที่

1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	3
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.6 ขอบเขตในการวิจัย.....	4
1.7 ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
1.8 นิยามคำศัพท์.....	5
1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ส่วนที่ 1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมการผลิตของฝาก.....	7
2.2 ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	13
2.3 ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	19
2.4 ส่วนที่ 4 สินค้าของฝาก.....	28
2.5 ส่วนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3. วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

4. ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา.....	46
4.2 ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน.....	61
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	68
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ.....	68
5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาษีเจริญ.....	68
5.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	69
5.5 อภิปรายผลการวิจัย.....	69
5.6 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้.....	70
5.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	71
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม.....	73

สารบัญญัตราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	46
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	46
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	47
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	47
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่นิยมซื้อของฝาก.....	48
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านผลิตภัณฑ์.....	49
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านราคา.....	50
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	51
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	52
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านบุคคล.....	53
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านกระบวนการ.....	54
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	55

4.13 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขต ภาคใต้ เป็นรายด้าน.....	56
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจาก ต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ.....	57
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจาก ต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ ด้านการค้นหาข้อมูล.....	58
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจาก ต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ ด้านการประเมินผลทางเลือก.....	59
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจาก ต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ ด้านการตัดสินใจซื้อ.....	60
4.18 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากจาก ต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้ เป็นรายด้าน.....	61
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าประเภทของฝากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้.....	62
4.20 ค่าความแปรปรวนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าประเภทของฝากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้.....	64
4.21 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทของฝากต่างจังหวัดของผู้บริโภคในเขตภาคใต้.....	65