

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(9)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ของการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ทฤษฎีระบบ.....	7
ตัวแบบทางความคิดเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	12
แนวคิดเรื่องการใช้วิธีการเชิงระบบในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่น.....	15
หลักวิชาเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา.....	16
ทฤษฎีแรงจูงใจ.....	17
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	21
หลักการบริการ.....	22
วิสาหกิจชุมชน.....	28
มนุษย์สัมพันธ์ในการปฏิบัติงาน.....	29
แนวคิด ทฤษฎีและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	30
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	41

สภาพบริบททั่วไปของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร.....	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
แผนแบบการวิจัย.....	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
สถานที่ในการทดลอง.....	66
4 ผลของการวิจัย.....	67
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร	
ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	67
ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร	
ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	71
ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวกับร้านศูนย์สาธิตการตลาด	
บ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	78
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	79
สรุป.....	80
อภิปรายผล.....	82
ข้อเสนอแนะ.....	84
บรรณานุกรม.....	85
ภาคผนวก.....	89
ประวัติผู้วิจัย.....	110

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (7 Os).....	34
3.1 หน่วยระบบทำงานที่ 1 แผนการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร.....	59
3.2 หน่วยระบบทำงานที่ 2 การส่งเสริมด้านการตลาด.....	60
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้าศูนย์สาธิต การตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	68
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	70
4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์.....	71
4.4 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของการกลับมาใช้บริการที่ศูนย์สาธิตการตลาด บ้านด่านสิงขรของลูกค้า.....	75
4.5 รายรับของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	76
4.6 แสดงค่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ก่อนและ หลังการใช้ยุทธศาสตร์.....	78

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	6
2 โครงสร้างทางความคิดที่แสดงคุณสมบัติของหนึ่งหน่วยระบบ.....	9
3 ตัวแบบทางความคิดเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนา	13
4 กรอบความคิดเรื่องการแปรงรูปท้องถิ่น.....	15
5 กระบวนการวิจัยและพัฒนา.....	16
6 ลำดับขั้นตอนต่างๆของมาสโลว์.....	19
7 แสดงการจัดการประเภทธุรกิจการให้บริการตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือและใช้แรงงานคน	25
8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขาย.....	40
9 ขั้นตอนในการบริโภคของผู้บริโภค.....	46
10 ตัวแบบทางความคิดของยุทธศาสตร์การสร้างห่วงโซ่มูลค่าให้ลูกค้าของศูนย์สาธิต การตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	55
11 แผนแบบการวิจัยและพัฒนา.....	57