

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามวิจัย	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บริบทของฝากประเภทขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี	9
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 4E's	14
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า	26
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตัดสินใจ	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	48
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	52
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ	55
ตอนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	69
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการวิจัย	77
อภิปรายผลการวิจัย	81
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	85
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	95
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	97
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	102
ประวัติย่อของผู้วิจัย	110

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	52
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	53
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	54
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	54
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การตลาด 4E's	55
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการสร้างประสบการณ์	56
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคุ้มค่า	57
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค	58
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการสร้างความสัมพันธ์	59
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ตราสินค้า	60
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านคุณสมบัติ	60
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านคุณสมบัติประโยชน์	62
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านคุณค่า	63
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านบุคลิกภาพของผู้ใช้	64
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจเลือกซื้อ	65
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการรับรู้ความต้องการ	65
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการแสวงหาข้อมูล	66
4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการประเมินผลทางเลือก	67
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านการตัดสินใจซื้อ	67
4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	68
4.22 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรกลยุทธ์การตลาด (4E's) และการตัดสินใจเลือกซื้อ	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้าและการตัดสินใจเลือกซื้อ	70
4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน	71
4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยอย่างง่ายของตัวแปรกลยุทธ์การตลาด (4E's) และการตัดสินใจเลือกซื้อของฝาก โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธี Enter Regression	71
4.26 แสดงผลการตรวจสอบตัวแปรกลยุทธ์การตลาด (4E's) ที่สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกซื้อของฝาก	72
4.27 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรกลยุทธ์การตลาดโดยรวมที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของฝาก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis)	73
4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยอย่างง่ายของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้า และการตัดสินใจเลือกซื้อของฝาก โดยการวิเคราะห์ด้วยวิธี Enter Regression	74
4.29 แสดงผลการตรวจสอบตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกซื้อของฝาก	74
4.30 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวมที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของฝาก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis)	75

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
2.1 ภาพขนมหวานเพชรบุรี	12
2.2 กลยุทธ์การตลาด 4E's	23
2.3 วิวัฒนาการกลยุทธ์การตลาด	24