

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของขนมอบ ขนมไทย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของขนมอบ ขนมไทย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เพื่อได้กลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ภาคปกติ ในระดับปริญญาตรี ที่เข้ามาซื้อหรือที่เคยซื้อขนมอบ ขนมไทย รวมจำนวน 382 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และวิธีการเปรียบเทียบรายคู่ของ แอลเอสดี

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 21 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ศึกษาระดับวิทยาการจัดการ ในชั้นปีที่ 3 และมีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนระหว่าง 5,000–6,000 บาท
2. ระดับความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของขนมอบ ขนมไทย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของกลุ่ม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์
3. เมื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของขนมอบ ขนมไทย จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลที่ต่างกัน คือ เพศ อายุที่ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของขนมอบ ขนมไทย ไม่แตกต่างกัน ส่วนคณะที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ได้รับต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

This research aimed to study marketing mixes of baked desserts-Thai desserts of Phranakhon Rajabhat University's students, to compare such opinions about marketing mixes of Phranakhon Rajabhat University's students, by classified personal status. The samples for gathering data in this research were 382 students of Phranakhon Rajabhat University in Normal Program of Bachelor Degree who have bought baked desserts-Thai desserts. The instrument of data gathering is a questionnaire. The data were analysed by using package computer program. Statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and LSD multiple comparison test.

Research results revealed that;

1. The major of the samples were females with the age over 21 years old. They studied in Faculty of Management Science in the third year earning 5,000-6,000 baht/month .

2. The opinions of Phranakhon Rajabhat University's students in marketing mixes of baked desserts-Thai desserts were overall at the moderate level. Considering each aspect, it was found that their opinions about price, distribution, and marketing promotion were also at a moderate level. However their opinions about products were at a high level.

3. Having compared opinion levels of Phranakhon Rajabhat University's students about marketing mixes of baked desserts-Thai desserts, classified by personal status, it was found that opinions of the students with different genders and ages about marketing mixes were not different. However the opinions of the students with different faculties, academic years and monthly incomes were significantly different at 0.05 level.