

51602326 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : เบเกอร์/ส่วนประสมทางการตลาด/พฤติกรรมผู้บริโภค

นักสพร นิยะวานนท์ : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์ของประชาชนใน
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 139 หน้า.

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์ของประชาชนในอำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1)เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์ของประชาชนใน
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (2)เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนที่เกี่ยวข้อง
เบเกอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (3)เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและธุรกิจ
เสริมในร้านเบเกอร์ที่ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ให้ความสำคัญ กลุ่มตัวอย่างคือ
ผู้ที่เคยซื้อเบเกอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย
แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่สรุปเป็นคำร้อยละประกอบการแปล
ความเชิงอธิบาย และการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และธุรกิจเสริมในร้านเบเกอร์มี
ความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์ของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยกลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 15-25 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด เป็นนักเรียน
นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ใน
ส่วนของคุณภาพความสดใหม่มากที่สุด ด้านธุรกิจเสริมในร้านเบเกอร์ในส่วนเครื่องคั้นสำหรับ
รับประทานคู่กับเบเกอร์มากที่สุด ด้านพฤติกรรมการซื้อเบเกอร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเบเกอร์
จากร้านเดี่ยวหรือร้านห้องแถว ชื้อขนมปังไปรับประทานเองที่บ้านมากที่สุด ในช่วงเวลา 12.01-
15.00 น. ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 10-100 บาทต่อครั้ง โดยผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ
เอง และสาเหตุที่รับประทานเบเกอร์ที่ร้านเพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อน ผลการศึกษาสามารถนำมา
เป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจร้านเบเกอร์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51602326 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : BAKERY/MARKETING MIX/PURCHASE BEHAVIOR

NAPATSAPORN NIYAWANONT : FACTORS AFFECTING BAKERY PURCHASE
BEHAVIOR OF CONSUMER IN MUEANG DISTRICT, NAKHON PATHOM. THESIS ADVISOR :
ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 139 pp.

The objectives for this research were (1)to study purchase behavior of consumer in Mueang District, Nakhon Pathom; (2)to study population factors of consumer in Mueang District, Nakhon Pathom; (3)to study marketing mix and complementary businesses in bakery shop that consumer in Mueang District, Nakhon Pathom played the important role. Population and sample were 400 consumers who had purchased bakery. Data was collected by questionnaires. Statistical analyze with SPSS used the Frequencies, Percentage, Means, Standard deviations, crosstab and Descriptive analyze.

The study found marketing mix and complementary businesses in bakery shop were important to bakery purchase behavior. The majority of samples were male in the age between 15-25 years with bachelor degree and single. They were students and earned average income under 10,000 baht/month. The most important factor of marketing mix was products in part of quality and freshness, as for the complementary businesses are soft drinks along with bakery. The most of samples bough the bread from bakery shop to eat at home and they preferred to sit the bakery shop for the rest. The most popular time was between 12.01-15.00 hr. with once to twice a week. The average expense per visit was 10 to 100 baht. They make their own decisions to buy bakery. The results from this study can apply to bakery business development approach for the consumers needs.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Thesis Advisor's signature