

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้เกี่ยวกับขนมไทย	6
2.2 แนวคิดและหลักการของทัศนคติผู้บริโภค	12
2.3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	24
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศสิงคโปร์	28
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 แหล่งข้อมูล	38
3.2 พื้นที่ในการวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	38
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	38
3.4 การดำเนินการรวบรวมข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	42
4.2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ต่อขนมไทย	43
4.3 ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงขนมไทยให้เป็นที่ยอมรับ ในประเทศสิงคโปร์	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผล	62
5.2 อภิปรายผล	65
5.3 ข้อเสนอแนะ	68
เอกสารอ้างอิง	69
ภาคผนวก	75
ประวัติผู้วิจัย	79

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ความต้องการบริโภคสินค้า อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าในชีวิตประจำวันของ ประเทศสิงคโปร์ในปี 2557-2562	29
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	42
4.2	รายชื่อชนมไทยที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรู้จัก	44
4.3	ความถี่ในการซื้อชนมไทย	52
4.4	TOWS Matrix	57

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	องค์ประกอบของทัศนคติ	14
2.2	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	22
2.3	กระบวนการระหว่าง การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ (Steps between Evaluation of Alternatives and a Purchase Decision)	23

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี