

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	13
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis	16
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	24
3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	24
3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	25
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.7 การตรวจสอบข้อมูล	26
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก	29
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	41
4.4 กลยุทธ์สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป	44
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	47
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	50
5.3 ข้อเสนอแนะ	53
เอกสารอ้างอิง	55
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้วิจัย	62

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	22
4.1	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามเพศ	29
4.2	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามอายุ	30
4.3	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามรายได้	30
4.4	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามการศึกษา	30
4.5	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามจำนวนกระสอบที่ซื้อต่อครั้ง (ขนาดบรรจุ 1 ถุง = 30 กิโลกรัม)	31
4.6	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	31
4.7	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	31
4.8	สรุปส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูปในเขต อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ	41
4.9	ข้อมูลการวิเคราะห์กลยุทธ์โดย TOWS Matrix	43
4.10	กลยุทธ์สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป	45

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี