

อยากเรียนมากที่สุด คือ หลักสูตรผู้ประกอบการเบเกอร์ ค่าใช้จ่ายในการเรียนเบเกอร์ในแต่ละหลักสูตร ที่เหมาะสม คือ 2,000 ถึง 2,500 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ทำเบเกอร์แล้ว คือ เตาอบ

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามสูงสุดเรียงตามระดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนปัญหาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกโรงเรียนสอนทำเบเกอร์มากที่สุด ได้แก่ โรงเรียนมีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Consumers
in Selecting Bakery School in Mueang District,
Chiang Mai Province

Author Mr. Yotin Anuchitanukul

Degree Master of Business administration.

Independent Study Advisor Ass Prof. Orachorn Maneesong

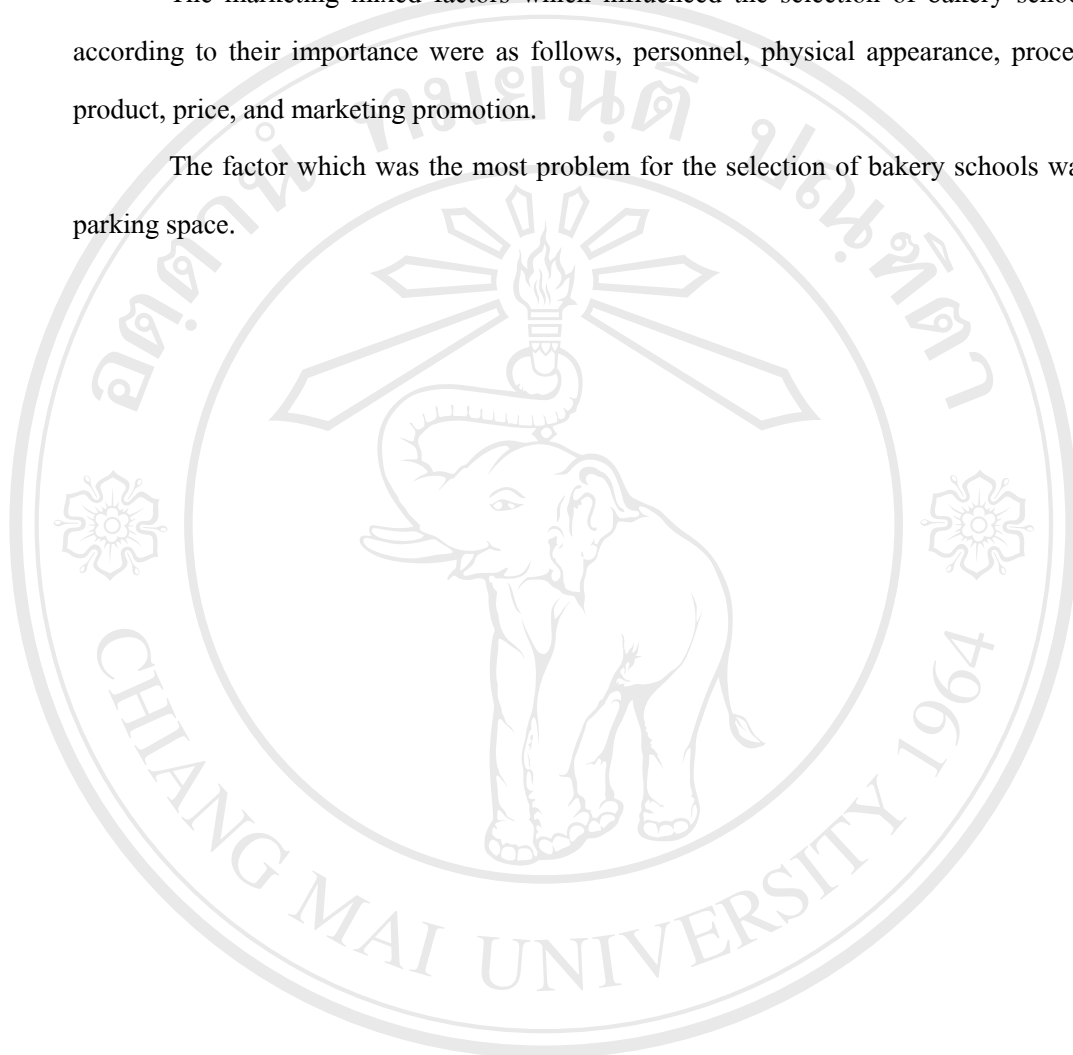
ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the marketing mix factors that influenced consumers in the selection of bakery schools in Muang District, Chiang Mai Province. The data was collected from questionnaire distributed to 120 students enrolling in 3 bakery schools in Muang District, namely UFM, Artistic Food Institute, and Vocational School. Statistics used in the analysis of data were frequency, percentage and mean.

Most of the respondents were female, 30-39 years old, with the highest level of education at university level. They were entrepreneurs with income averaged at 10,000-30,000 baht per month. They had been to bakery schools before and most went to Artistic Food Institute. The appropriate lesson hours were Saturday and Sunday before 11 a.m. They thought the most appropriate length of lessons was 4 hours per period. In each program, they wanted to learn how to make ten items. The number of students in each program was 6-10. Their reasons to go to bakery schools were for hobbies, to get additional income, and to establish career, respectively. The most preferred program was bakery entrepreneur. The appropriate fee for each program was 2,000- 2,500 baht. Most respondents already had bakery equipment which was oven.

The marketing mixed factors which influenced the selection of bakery schools, listed according to their importance were as follows, personnel, physical appearance, process, place, product, price, and marketing promotion.

The factor which was the most problem for the selection of bakery schools was limited parking space.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved