

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps)	3
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
ขอบเขตประชากร	10
จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	11
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	12
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลโรงงาน	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	22
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลง จำแนกตามตำแหน่ง	29
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม	39
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการศึกษา	40
อภิปรายผลและข้อค้นพบ	44
ข้อเสนอแนะ	46
<b>บรรณานุกรม</b>	48
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก : รายชื่อบริษัทผู้ผลิตหม้อแปลงไฟฟ้าในประเทศไทย	49
ภาคผนวก ข : ตัวอย่างแบบสอบถาม	51
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	57

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทกิจการ	16
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่โรงงานเปิดดำเนินการ	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้บริหารสูงสุด (CEO) ของบริษัท	17
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงาน	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนหม้อแปลงไฟฟ้าทั้งหมดที่บริษัทใช้งาน	18
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของหม้อแปลงไฟฟ้าที่บริษัทใช้งาน	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้า	19
12	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของกิจการ	20
13	แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีเป็นผู้นำมาจัดตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของกิจการ	20

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยภายนอกทางด้านภาวะเศรษฐกิจที่มีผลต่อการซื้อหม้อแปลงไฟฟ้า	21
15	แสดงจำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้า ของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	22
16	แสดงจำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้า ของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	24
17	แสดงจำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	25
18	แสดงจำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	26
19	แสดงจำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	28
20	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และตำแหน่ง	29
21	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงาน อุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และตำแหน่ง	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และตำแหน่ง	33
23	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และตำแหน่ง	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของทางการตลาดโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และตำแหน่ง	37
25	แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	45

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย	5
2	แสดงส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)	7



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved