

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
วิธีการศึกษา	11
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการ โรงเคลือบสี	30
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ประกอบการ โรงเคลือบสีพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสี	37
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการ โรงเคลือบสี จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ และลักษณะของกิจการ ลักษณะของบริการ และตามปริมาณการผลิต (เคลือบ )ต่อวัน	43
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่ผู้ประกอบการ โรงเคลือบสีพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสี ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ และลักษณะของกิจการ ลักษณะของบริการ และตามปริมาณการผลิต (เคลือบ )ต่อวัน	78
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	112
สรุปผลการศึกษา	112
อภิปรายผล	124
ข้อค้นพบ	126
ข้อเสนอแนะ	139
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	143
แบบสอบถาม	144
ประวัติผู้เขียน	154

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อ	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อ	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ โรงเคลือบส้ม	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของกิจการ	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของผู้จำหน่ายน้ำยาเคลือบส้มที่สั่งซื้อ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำยาเคลือบส้มที่เคยใช้	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำยาเคลือบส้มที่ใช้ในปัจจุบัน	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อในปัจจุบัน	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบแหล่งข้อมูลของน้ำยาเคลือบสี	23
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนโยบายในการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสี	25
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสี	26
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสี	27
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	28
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อน้ำยาเคลือบสี	28
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณที่สั่งซื้อน้ำยาเคลือบสีต่อครั้ง (หน่วย : ถัง 200 ลิตร)	29
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของน้ำยาเคลือบสีที่ซื้อ	29
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	32
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	33
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	35
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์	37
29	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านราคา	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้าน สถานที่จัดจำหน่าย	40
31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้าน การส่งเสริมการตลาด	42
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	43
33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	45
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย จำแนกตามเพศ	46
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	48
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	50
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	52
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการ จำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	53
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	55
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิต ภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของกิจการ	57
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะกิจการ	59
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะกิจการ	60

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งลักษณะของกิจการ	62
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	64
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	66
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	67
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	69
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	71
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	73
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	74
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	76
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	78
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านราคา จำแนกตามเพศ	80
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	81
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	83



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	84
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านราคา จำแนก ตามตำแหน่งหน้าที่	86
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัด จำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	87
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	89
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของกิจการ	91
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านราคา จำแนก ตามลักษณะของกิจการ	93
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัด จำหน่ายจำแนกตามลักษณะของกิจการ	94
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามลักษณะของกิจการ	96
64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	98
65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านราคา จำแนก ตามลักษณะของการให้บริการ	100
66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัด จำหน่าย จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	101
67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	103
68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	105

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในด้านราคา จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลื่อน) ต่อวัน	107
70	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัดจำหน่าย จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลื่อน) ต่อวัน	108
71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการจัดจำหน่าย จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลื่อน) ต่อวัน	110
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามเพศ	127
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	128
74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามลักษณะของกิจการ	129
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	130
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามปริมาณการผลิต(เคลื่อน) ต่อวัน	131
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชื้อน้ำยาเคลื่อนสั้มของผู้ประกอบการเคลื่อนสั้ม จำแนกตามเพศ	132



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่	133
79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามลักษณะของกิจการ	134
80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ	135
81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน	136
82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสี และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด	137