

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
- แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	4
- ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ	5
- ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อทางธุรกิจ	6
เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	11
การรายงานผลการศึกษา	11

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	16
2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) จังหวัดเชียงใหม่	16
2.2 ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) จังหวัดเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) จังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร และประสบการณ์ในการจัดซื้อ	33
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าในการซื้อกระจกโพลตจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) และข้อเสนอแนะ	56
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	59
อภิปรายผล	68
ข้อค้นพบ	70
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก แบบสอบถาม	75
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิต่อเดือน	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	15
6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ	25
15	แสดงประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดซื้อกระจกโพลต	26
16	แสดงจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตของกิจการ	26
17	แสดงบทบาทของผู้ตอบแบบสอบถามในคณะกรรมการการจัดซื้อของกิจการ	27
18	แสดงความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	27
19	แสดงเวลาที่สะดวกในการใช้บริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
20	แสดงประเภทของกระจกโพลตที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	28
21	แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อกระจกโพลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
22	แสดงเหตุผลในการเลือกซื้อกระจกโพลตจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	29
23	แสดงการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้ากระจกก่อนการตัดสินใจซื้อ	30
24	แสดงวิธีการในการชำระเงินให้แก่ห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	30
25	แสดงการเลือกร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
26	แสดงสัดส่วนการซื้อกระจกโพลตจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัดกิตติค้าวัสดุภัณฑ์ (1992)	32
27	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	33
28	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโพลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
29	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	36
30	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	37
31	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	39
32	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	40
33	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	41
34	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	42
35	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	43
36	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	44
37	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	46
38	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระทะจกไฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
39	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	48
40	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	49
41	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	50
42	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	51
43	สรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและการแปลผล จำแนกตามตำแหน่ง	52
44	สรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและการแปลผล จำแนกตามตำแหน่ง	53
45	สรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและการแปลผล จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	54
46	สรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและการแปลผล จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อ	55
47	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อกระจกโฟลตของผู้ตอบแบบสอบถาม	56