

สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ก
	บทคัดย่อภาษาไทย	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
	สารบัญ	ช
	สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
	นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
	แนวคิดการจัดซื้อขององค์การ	4
	แนวคิดอิทธิพลการจัดซื้อขององค์การ	4
	ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	5
	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	10
	ขอบเขตเนื้อหา	10
	ขอบเขตประชากร	10
	จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	10
	ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	11
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
	ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4	ผลการศึกษา	14
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการและกิจการร้านเสริมสวย	15
	ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	30

	ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการร้านเสริมสวย	42
	ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจาก ผู้ผลิต และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	100
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	104
	สรุปผลการศึกษา	104
	การอภิปรายผล	120
	ข้อค้นพบ	125
	ข้อเสนอแนะ	126
บรรณานุกรม		132
ภาคผนวก		134
	แบบสอบถาม	135
ประวัติผู้เขียน		142

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนร้านเสริมสวยและตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในแต่ละแขวง การปกครอง	11
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา ในการประกอบกิจการร้านเสริมสวย	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ กลุ่มลูกค้าหลักของร้านเสริมสวย	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการทำผมแก่ลูกค้าของร้านเสริมสวย	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทำผมแก่ลูกค้าของร้านเสริมสวย	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ทำการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทำผมบ่อยที่สุดของร้านเสริมสวย	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่เกี่ยวกับ การทำผมให้แก่ลูกค้าที่มีในร้านเสริมสวย	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริการเกี่ยวกับ การทำผมที่มีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดของร้านเสริมสวย 3 อันดับแรก	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลา ในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการทำผมของร้านเสริมสวย	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในการให้บริการทำผมแก่ลูกค้าของร้านเสริมสวย	25

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่รับรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้บริการทำผมของร้านเสริมสวย	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ ให้บริการทำผมแก่ลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการ ของร้านเสริมสวย	28
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพล ต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	30
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพล ต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	32
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพล ต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	33
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	35
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยของร้านเสริมสวย	37
22 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ เสริมสวยของร้านเสริมสวย	39
23 แสดงปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวย ของร้านเสริมสวย	40
24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	49

ตาราง	หน้า	
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของร้านเสริมสวย	86
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของร้านเสริมสวย	89
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของร้านเสริมสวย	93
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีอิทธิพลของปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อขององค์กรในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของร้านเสริมสวย	96
44	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมสวยของผู้ตอบแบบสอบถาม	100
45	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เสริมสวยของผู้ตอบแบบสอบถาม	101
46	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมสวยของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
47	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมสวยของผู้ตอบแบบสอบถาม	103
48	แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	108
49	แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	110
50	แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	113
51	แสดงปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสวยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	116