

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตและวิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ในการดำเนินการศึกษา	16
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	16
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานเอกชน/หน่วยงานราชการ	18
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเคมีภัณฑ์	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์	31
ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์	51
ตอนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อเคมีภัณฑ์ และ ผลของความคาดหวังและการรับรู้ ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์ จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	77
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผลการศึกษา	87
ข้อค้นพบ	89
ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	95

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท หน่วยงาน	18
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม หน่วยงานเอกชน จำแนก ตามประเภทของหน่วยงาน	18
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม หน่วยงานราชการจำแนก ตามประเภทของหน่วยงาน	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการ ซื้อสินค้าขององค์กร	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณใน การซื้อสินค้า	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่จะ ตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า	25
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนแห่งที่ ผู้ตอบแบบสอบถามสั่งซื้อสินค้า	26
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ บริการ	26
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือก ซื้อสินค้า	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการสั่งซื้อสินค้า	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าที่สั่งซื้อ	29
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ	30
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนโยบายในการตัดสินใจซื้อ	30
20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	31
21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	33
22 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังเปรียบเทียบกับการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	35
23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา	36
24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา	38
25 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังเปรียบเทียบกับการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา	40
26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	41
27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	43
28 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังเปรียบเทียบกับการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	45
29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	48
31 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังเปรียบเทียบกับกรรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	50
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	51
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ราคา	52
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ จัดจำหน่าย	53
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาด	54
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านงบประมาณในการซื้อ จำแนกตามประเภทขององค์กร	56
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ในการสั่งซื้อ สินค้าขององค์กร จำแนกตามประเภทขององค์กร	57
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า จำแนกตามประเภทขององค์กร	58
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านวัตถุประสงค์ของการ สั่งซื้อสินค้า จำแนกตามประเภทขององค์กร	59
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทของสินค้าที่ สั่งซื้อ จำแนกตามประเภทขององค์กร	60
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบุคคลที่มีอิทธิพลมาก ที่สุดในการสั่งซื้อสินค้า จำแนกตามประเภทขององค์กร	61
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านนโยบายการตัดสินใจ ซื้อสินค้า จำแนกตามประเภทขององค์กร	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	63
44 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	67
45 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	70
46 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	73
47 แสดงพฤติกรรมกรซื้อของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์	81
48 การวิเคราะห์ผลของความคาดหวังและการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์	82
49 สรุปความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์	84
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับจากปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความพึงพอใจเรียงลำดับค่าเฉลี่ยการรับรู้ที่มีค่าน้อยที่สุดไปยังค่ามากที่สุด เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	87
51 แสดงส่วนต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับกับความคาดหวังและลำดับความห่างของส่วนต่าง	90