

สารบัญ

| | หน้า |
|-----------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ฎ |
| สารบัญภาพ | ฅ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| หลักการและเหตุผล | 1 |
| วัตถุประสงค์ | 2 |
| ประโยชน์ที่รับจากการศึกษา | 2 |
| นิยามศัพท์ | 3 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | |
| แนวคิด และทฤษฎี | 4 |
| วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 8 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา | |
| ขอบเขตและวิธีการศึกษา | 10 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 10 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 11 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 11 |
| สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล | 12 |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา | 12 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 13 |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ | 18 |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ | 24 |
| ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายในการเลือกซื้อ แหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ลักษณะการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ | |
| - จำแนกตามอายุ | 25 |
| - จำแนกรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 37 |
| ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ | |
| - จำแนกตามอายุ | 52 |
| - จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 53 |
| ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ | 54 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ | |
| สรุปผลการศึกษา | 55 |
| อภิปรายผลการศึกษา | 60 |
| ข้อค้นพบ | 61 |
| ข้อเสนอแนะ | 63 |
| บรรณานุกรม | 67 |

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก

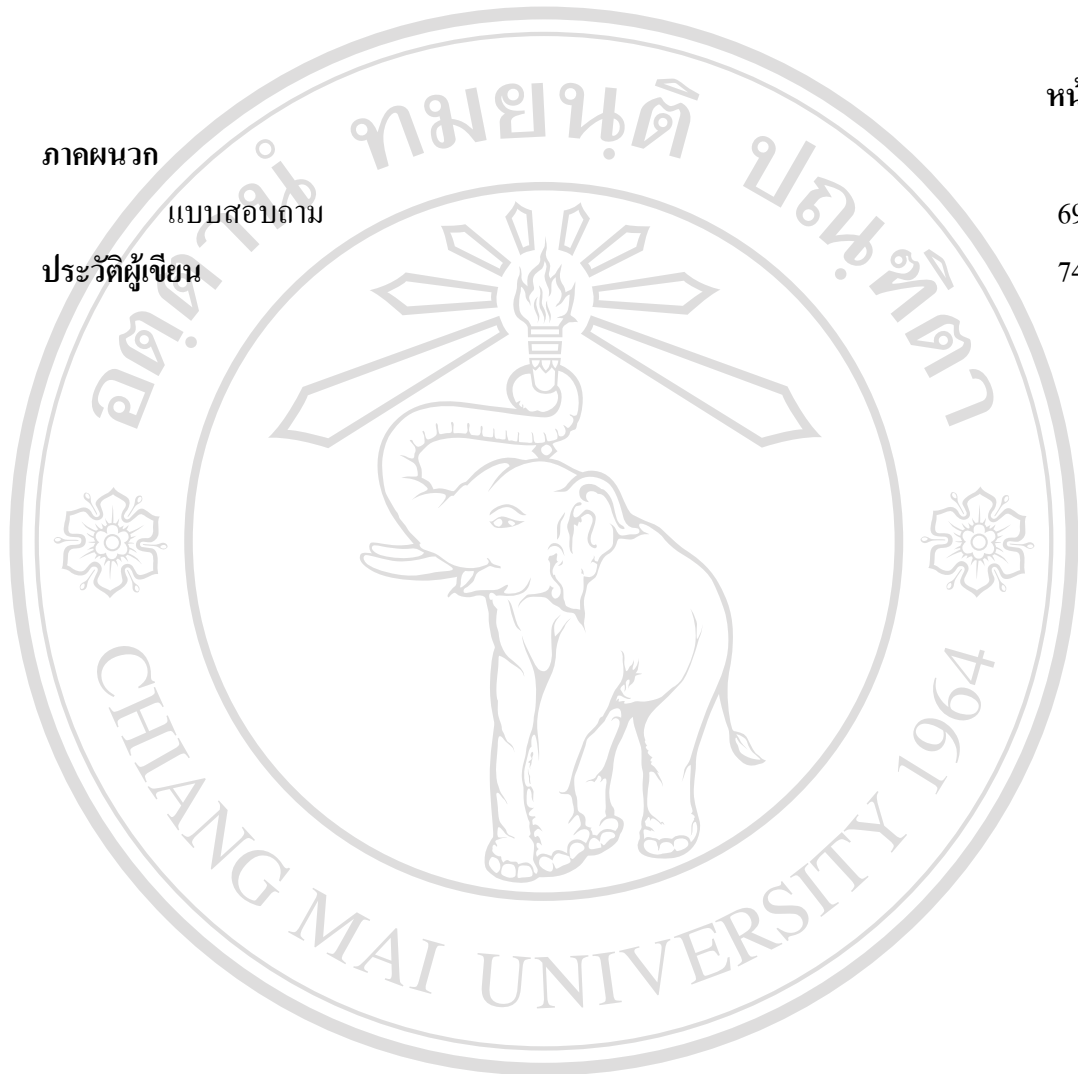
แบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

หน้า

69

74



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

| ตาราง | | หน้า |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 13 |
| 2 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 14 |
| 3 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 14 |
| 4 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเป้าหมายในการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 15 |
| 5 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อ | 16 |
| 6 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 16 |
| 7 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 17 |
| 8 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 18 |
| 9 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 20 |
| 10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 21 |
| 11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 22 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ | 24 |
| 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเป้าหมายในการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 25 |
| 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 27 |
| 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 28 |
| 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 29 |
| 17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 30 |
| 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 33 |
| 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 34 |
| 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 35 |
| 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเป้าหมายในการซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 37 |
| 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านแหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 39 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 23 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 40 |
| 24 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะการซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 42 |
| 25 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 43 |
| 26 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 46 |
| 27 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 47 |
| 28 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 48 |
| 29 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามอายุ | 52 |
| 30 | แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | 53 |
| 31 | สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ | 57 |

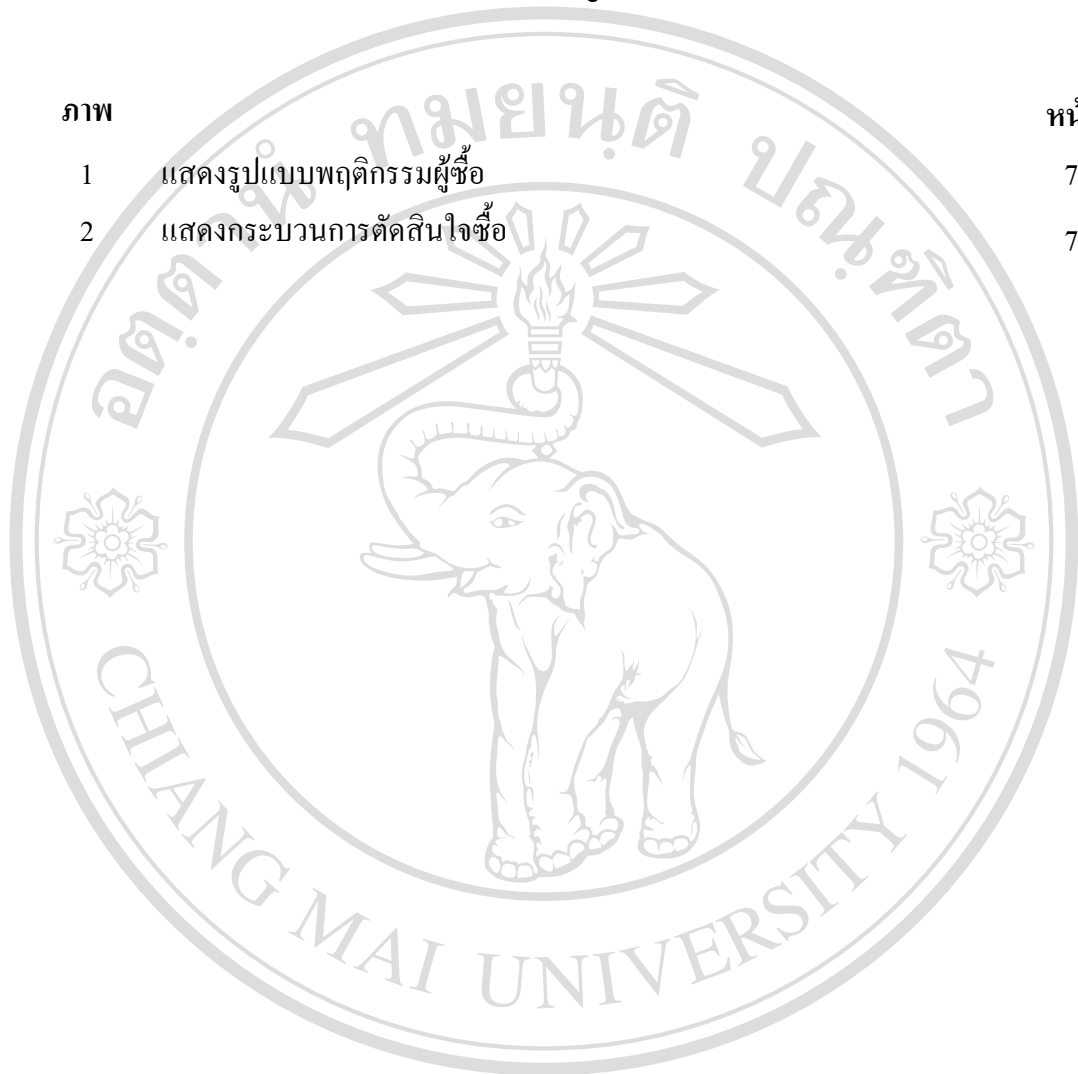
สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 32 | สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ย ต่อเดือน | 58 |
| 33 | สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ ในจังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ | 62 |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---------------------------|------|
| 1 | แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ | 7 |
| 2 | แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ | 7 |



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved