สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญ	ซ
สารบาญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	**1**
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	**4**
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
นิยามศัพท์	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	**14**
ขอบเขตเนื้อหา	14
ขอบเขตประชากร	14
แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	15
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	16

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	**17**
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่าย ของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	23
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่มีต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีก วัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	48
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	**77**
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผลผลการศึกษา	84
ข้อค้นพบ	87
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	**96**
ภาคผนวก	**97**
แบบสอบถาม	98
ประวัติผู้เขียน	**110**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	19
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้า	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการจัดซื้อประตูพีวีซีเข้ามาจำหน่ายในร้านนอกเหนือจากผู้ตอบแบบสอบถาม	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทลูกค้าที่ซื้อประตูพีวีซี	21
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีประตูพีวีซีจำหน่าย	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีประตูพีวีซีจำหน่าย จำแนกตามแนวโน้มการสั่งซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีประตูพีวีซีจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ไม่สั่งซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือไม่ซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	23
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือไม่ซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	25

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือไม่ซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	26
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหรือไม่ซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	27
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	28
17	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของ รูปแบบประตูพีวีซีที่ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างนิยมซื้อมาจำหน่าย	30
18	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของ ขนาดประตูพีวีซีที่ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างนิยมซื้อมาจำหน่าย	31
19	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของ ความหนาประตูพีวีซีที่ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างนิยมซื้อมาจำหน่าย	32
20	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอันดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของ สีของประตูพีวีซีที่ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างนิยมซื้อมาจำหน่าย	32
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	33
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	34

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขการชำระเงินค่าประตูพีวีซี	36
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการชำระเงินเมื่อสั่งค่าประตูพีวีซี	36
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการชำระเงินเมื่อค่าประตูพีวีซีมาถึง	37
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	38
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	41
28	แสดงอันดับการรับสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามตามวิธีการรับประตูพีวีซี	41
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ได้รับประตูพีวีซีหลังจากสั่งประตูพีวีซีมาจำหน่าย	42
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	43
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่สั่งซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	45
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีสัญญาผูกขาดในการสั่งซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	45
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของผู้ขายที่สั่งซื้อประตูพีวีซี	46
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักผู้ขายประตูพีวีซี	46

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการที่ทำให้ผู้ซื้อประตูพีวีซีตัดสินใจสั่งซื้อเร็วขึ้น	47
36	แสดงอันดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	48
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย	49
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในด้านผลิตภัณฑ์	53
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในด้านราคา	55
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	57
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับของปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในด้านการส่งเสริมการตลาด	58
42	แสดงอันดับยี่ห้อประตูพีวีซีที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมาจำหน่าย	60
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	62

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	71

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	72
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประตูพีวีซีมาจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
59	สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับของปัญหาที่พบมากที่สุด	89
60	สรุปปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดจำแนกตามเพศ อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์	90