

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตประชากร	10
ขอบเขตเนื้อหา	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าพลาสติกทาอาคารของผู้บริโภคจาก ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สีน้ำพลาสติกทาอาคารจากร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	22
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาในการตัดสินใจซื้อสีน้ำพลาสติกทาอาคาร จากร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	27
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในตัดสินใจซื้อสีน้ำทาอาคารจากร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการศึกษา	67
อภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	81
ภาคผนวก ข รายชื่อสถานที่เก็บข้อมูล	88
ประวัติผู้เขียน	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการซื้อสินน้ำพลาสติกทาอาคารครั้งล่าสุด	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของสินน้ำพลาสติกที่เคยซื้อบ่อยที่สุด	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินน้ำพลาสติก	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อสินน้ำพลาสติกทาอาคาร	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินน้ำพลาสติก	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อสินน้ำพลาสติก	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกสถานที่ซื้อสินน้ำพลาสติกทาอาคาร	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินน้ำพลาสติกทาอาคารบ้าน	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเลือกเจดสินน้ำพลาสติก	21
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	22

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านราคา	24
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	25
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	26
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	27
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	28
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย	29
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	30
23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	31
24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	33
25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	34
26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	35
27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	36
28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	38
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	40

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	42
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	43
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	45
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	47
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	49
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	51
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	53
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	55
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	57
39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65