

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิดและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ประชากรและตัวอย่าง	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	15
เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล	16
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	16

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	18
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของร้านค้า	24
ปัญหาการจัดซื้อของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	83
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	85
สรุปผลการศึกษา	85
อภิปรายผล	90
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก ก	99
ภาคผนวก ข	106
ภาคผนวก ค	109
ประวัติผู้เขียน	113

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงขนาดตัวอย่าง (จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์) ในแต่ละศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่	14
2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	18
3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	19
4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	20
5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	21
6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	24
8 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	25
9 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	26
10 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	28
11 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	30
12 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	32
13 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตามแหล่งขายที่ใช้ในการสั่งซื้อ	35

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน	60
27 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน	61
28 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน	63
29 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน	65
30 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อโดยเฉลี่ยต่อเดือน	67
31 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	71
32 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	72
33 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	73
34 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	75
35 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	77
36 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	79
37 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการจัดซื้อของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์	83
38 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตามรูปแบบของกิจการ	107
39 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตามประเภทลูกค้าส่วนใหญ่ของกิจการ	107

40 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จำแนกตาม ผู้ที่ทำหน้าที่จัดซื้อ	108
--	-----



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงแบบจำลองของพฤติกรรมของผู้ซื้อธุรกิจ	6
2	แสดงปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กร	7



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved