

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2</b>	
<b>แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	4
แนวคิดการซื้อขององค์กร	4
แนวคิดปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าธุรกิจ	4
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	6
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
<b>บทที่ 3</b>	
<b>ระเบียบ วิธีการศึกษา</b>	13
ขอบเขตการศึกษา	13
ขอบเขตเนื้อหา	13
ขอบเขตประชากร	13
วิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	15
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	16



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนร้อยละเพศของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	31
2	แสดงจำนวนร้อยละอายุของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	32
3	แสดงจำนวนร้อยละระดับการศึกษาของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	33
4	แสดงจำนวนร้อยละตำแหน่งของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	34
5	แสดงจำนวนร้อยละลักษณะการจดทะเบียนของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	35
6	แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาการเปิดดำเนินการของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	36
7	แสดงจำนวนร้อยละลักษณะการดำเนินธุรกิจของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	37
8	แสดงจำนวนร้อยละผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	38
9	แสดงจำนวนร้อยละความถี่ในการสั่งซื้อสินค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	39
10	แสดงจำนวนร้อยละระดับการสั่งซื้อที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	40
11	แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาการเป็นลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	41
12	แสดงจำนวนร้อยละประเภทสินค้าที่มีการสั่งซื้อของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	42
13	แสดงจำนวนร้อยละสัดส่วนการสั่งซื้อของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	43
14	แสดงจำนวนร้อยละการซื้อสินค้าประเภทเดียวกันกับรายอื่นของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	44
15	แสดงจำนวนร้อยละสาเหตุอะไรในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากจากรายอื่นๆ ของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	45
16	แสดงจำนวนร้อยละแนวโน้มทิศทางการตลาดของสินค้าของที่ระลึกของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	46
17	แสดงจำนวนร้อยละช่องทางสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า จำแนกตามขนาดการ สั่งซื้อ	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	แสดงจำนวนร้อยละช่องทางการชำระเงินของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	48
19	แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาการชำระเงินของลูกค้า จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	49
20	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	50
21	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	51
22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	53
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	54
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	56
25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	59
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	61
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามขนาดการสั่งซื้อ	65