

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	4
ทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	9
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	13
ข้อมูลจากแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ	31
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาส่วนประสมการตลาดและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้งานฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม	37
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ จากแบบสอบถาม	46
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบปัจจัยและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม	47
ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ	57
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	95
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และกิจการ	95
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด	96
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ	101
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาส่วนประสมการตลาดและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้งานฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม	108

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ จากการสัมภาษณ์	118
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัด	119
สรุปผลการศึกษา	119
อภิปรายผลการศึกษา	132
ข้อค้นพบ	137
ข้อเสนอแนะ	140
ข้อจำกัด	144
บรรณานุกรม	145
ภาคผนวก	146
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	147
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	155
ภาคผนวก ค ความรู้เกี่ยวกับงานหลอมอลูมิเนียม	158
ประวัติผู้เขียน	160

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	15
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบัน ในองค์กร	16
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการสั่งซื้อ	16
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทกิจการ	17
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ	17
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนิน กิจการ	18
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงาน	18
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการหล่ออลูมิเนียม	19
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอุณหภูมิที่ใช้ฉนวน กันความร้อนและวัสดุทนไฟมากที่สุด	20
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งในการซื้อฉนวน กันความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการ	20
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าการซื้อฉนวนกัน ความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	21
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อ ต่อเดือน	22
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ขายที่ ผ่านเกณฑ์การรับรองของบริษัทที่กิจการติดต่อซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ	22
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งในการหา ข้อมูลฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม	23
4.17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการ ตัดสินใจซื้อ	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อ	27
4.19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการ ตัดสินใจซื้อ	28
4.20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมใน การตัดสินใจซื้อ	29
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมใน การตัดสินใจซื้อ	31
4.22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอม ในการตัดสินใจซื้อ	33
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับระดับความสำคัญของปัจจัยปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิต งานหลอมในการตัดสินใจซื้อ	34
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอม ในการตัดสินใจซื้อ	35
4.25 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิต งานหลอมในการตัดสินใจซื้อ	36
4.26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	37
4.27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	40
4.29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	41
4.30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	42
4.31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	43
4.32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	44
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	45
4.34 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือใช้จำนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม	46
4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	47
4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	49
4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	51
4.39 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม กับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	53
4.40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ กับปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	54
4.41 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยระหว่างบุคคล กับปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	55
4.42 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยเฉพาะบุคคล กับปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	56
4.43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ สำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	57
4.44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ สำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	60
4.45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและ วัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	62
4.46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อน และวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	64
4.47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อน และวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	68
4.49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	70
4.50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	72
4.51 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อ ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ	74
4.52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามขนาดของกิจการ	76
4.53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามขนาดของกิจการ	79
4.54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามขนาดของกิจการ	81
4.55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามขนาดของกิจการ	83
4.56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามขนาดของกิจการ	85
4.57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ จำแนกตามขนาดของกิจการ	87
4.58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามขนาดของกิจการ	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามขนาดของกิจการ	91
4.60 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อ หรือใช้จนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ จำแนกตามขนาดกิจการ	93
4.61 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และกิจการ	95
4.62 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	96
4.63 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	98
4.64 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ	99
4.65 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ	100
4.66 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ	101
4.67 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ	102
4.68 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	105
4.69 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	107
4.70 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	108
4.71 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านราคา	109
4.72 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	111
4.73 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	112
4.74 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	113
4.75 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	114
4.76 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	115
4.77 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.1 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ	123
5.2 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ	125