

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาด	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตประชากร จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	9
ขอบเขตเนื้อหา	9
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ	
ทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว	
จังหวัดสมุทรสาคร	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	28
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือก ซื้อทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร	72
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	118
สรุปผลการศึกษา	118
อภิปรายผล	142
ข้อค้นพบ	144
ข้อเสนอแนะ	146
บรรณานุกรม	148
ภาคผนวก	149
ประวัติผู้เขียน	159

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	12
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	13
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	13
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ ทอกรูปพรรณที่ซื้อ	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ ทอกรูปพรรณ	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามน้ำหนักของ ทอกรูปพรรณที่ซื้อ	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านค้า ทอกรูปพรรณที่ใช้บริการ	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อ ทอกรูปพรรณจากร้านค้าทอกรูปพรรณ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ สื่อโฆษณาที่ทำให้รู้จักร้านค้าทอกรูปพรรณ	21
13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	22
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา	24
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	27
17 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	28
18 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ	30
19 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ	31
20 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ	33
21 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	34
22 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอายุ	36
23 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ	38
24 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ	40
25 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา	42
26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระดับการศึกษา	45
27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษา	47
28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	59
34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	63
35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	65
36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	68
37 แสดงจำนวน ร้อยละของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	72
38 แสดงจำนวน ร้อยละของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
39 แสดงจำนวน ร้อยละของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
40 แสดงจำนวน ร้อยละของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
41 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	77
42 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	80
44 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	82
45 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	83
46 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	85
47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	87
48 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	89
48 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	91
49 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	93
50 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	95
51 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	97
52 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
53 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
54 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
55 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
56 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	107
57 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	110
58 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	112
59 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	115
60 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และอาชีพปัจจุบัน	119
61 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาและปัญหาด้านราคา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และอาชีพปัจจุบัน	122
62 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านสถานที่จัดจำหน่ายและปัญหาด้าน สถานที่จัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และอาชีพปัจจุบัน	124
63 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และอาชีพปัจจุบัน	127
64 แสดงความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัญหาตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	144