

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	4
แนวคิดตลาดองค์การและพฤติกรรมการซื้อขององค์การ:ตลาดธุรกิจ	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	11
แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของ 2 ร้านค้าปลีกปลาสดของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	28
2.1 ข้อมูลปัจจัยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อปลา สดของมาจำหน่ายร้านค้าปลีกปลาสดของในจังหวัดเชียงใหม่	35
2.2 ข้อมูลปัจจัยปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อปลาสดของ มาจำหน่ายร้านค้าปลีกปลาสดของในจังหวัดเชียงใหม่	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงาม ของร้านค้าปลีกปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ	37
2.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงาม ของร้านค้าปลีกปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงาม	38
2.5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงาม ของร้านค้าปลีกปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนชนิดปลาสวยงามที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามนำมา จำหน่าย	39
2.6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงาม ของร้านค้าปลีกปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้จากการจำหน่ายปลาสวยงามต่อเดือน	41
ส่วนที่ 3 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามพบ ในการซื้อปลาสวยงามเพื่อนำไปจำหน่าย	69
ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	76
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผล	85
ข้อค้นพบ	86
ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	108
แบบสอบถาม	109
ประวัติผู้เขียน	119

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา สูงสุด	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาใน การประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงาม	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้จากการ จำหน่ายปลาสวยงามต่อเดือน	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการ ดำเนินธุรกิจของร้าน	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งของผู้มี อำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อ	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนของผู้ เพาะเลี้ยงปลาที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามจัดซื้อ	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำ ให้ร้านค้าปลีกปลาสวยงามรู้จักกับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือก ซื้อปลาสวยงามจากแหล่งที่ซื้อ	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนของชนิด ปลาที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามนำมาจำหน่าย	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชนิดของปลาที่ ร้านค้าปลีกปลาสวยงามนำมาจำหน่าย	22
13	แสดงปริมาณของปลาสวยงามแต่ละชนิดที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามนำมา จำหน่ายใน 1 เดือน	24
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามนโยบายในการ จัดซื้อปลาสวยงาม	26

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงิน	26
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการ สั่งซื้อปลาสวยงาม	27
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญและ ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงาม ของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย	28
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของ ร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย	30
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อ ปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย	32
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ ปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย	34
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อปลาสวยงามมาจำหน่าย	35
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยภายใน องค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อปลาสวยงามมาจำหน่าย	36
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อ ปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบ แบบสอบถาม	38

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงามของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามจำนวนชนิดปลาสวยงามที่จำหน่าย	50
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามจำนวนชนิดปลาที่จำหน่าย	53
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกปลาสวยงามมาจำหน่าย จำแนกตามจำนวนชนิดปลาที่จำหน่าย	56

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดมาจำหน่าย จำแนกตามจำนวนชนิดปลาที่จำหน่าย	59
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายปลาสดต่อเดือน	61
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายปลาสดต่อเดือน	63
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายปลาสดต่อเดือน	65
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสดของร้านค้าปลีกปลาสดมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้จากการจำหน่ายปลาสดต่อเดือน	67
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในด้านผลิตภัณฑ์	69
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในด้านราคา	71
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในด้านสถานที่จัดจำหน่าย	73
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในด้านส่งเสริมการตลาด	75
43	สรุป ระดับความสำคัญและปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	88
44	สรุป ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก	89

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
45	สรุปปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก จำแนกตามเพศ	90
46	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายปลาสวยงาม	91
47	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก จำแนกตาม จำนวนชนิดของปลาที่ร้านค้าปลีกปลาสวยงามนำมาจำหน่าย	94
48	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก จำแนกตาม รายได้จากการจำหน่ายปลาสวยงามต่อเดือน	98
49	แสดงปัจจัยย่อยและปัญหาส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยหลัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม	102