

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตเนื้อหา	12
ขอบเขตประชากร	12
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	12
ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง	13
วิธีการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์	19
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตา จากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ รายได้ และ จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	32
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	100
ข้อค้นพบ	101
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	107
แบบสอบถาม	108
ประวัติผู้เขียน	113

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละร้านแว่นตาเซนสโตร์ที่อยู่ในย่านสีลม ปทุมวัน สุขุมวิท และ ลาดพร้าว	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลของร้านแว่นตาเซนสโตร์	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละประเภทของแว่นตาที่ซื้อ	19
9	แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ในการซื้อแว่นตาเซนสโตร์	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายในการซื้อแว่นตาเซนสโตร์ต่อครั้ง	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์	21
12	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร	22
13	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร	24
14	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการ จำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	26
16	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	28
17	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของผู้ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร	30
18	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	31
19	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	32
20	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าจำแนกตาม อาชีพ	35
21	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	37
22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	39
23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	42
24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ	48
26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	50
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	52
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	54
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	56
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	58
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	60
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้	62
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	64
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	67
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	71
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	74
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	77
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	80
40	แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาด	83
41	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก	85
42	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของผู้บริโภค จำแนกตาม อาชีพ	87
43	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของผู้บริโภค จำแนกตาม รายได้	92
44	แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของผู้บริโภค จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง	96