

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดองค์กร	5
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	7
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตการศึกษา	12
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
3.4 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	17
3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อหน้ากากปิดจมูกของโรงงาน	19
1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	19
2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อหน้ากากปิดจมูกของโรงงาน	22
4.2 ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกยี่ห้อสังเคราะห์	29
1) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกยี่ห้อสังเคราะห์	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์	34
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	39
1) ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในการตัดสินใจจำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	39
2) ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อครั้ง	51
4.4 ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่เกิดจากการซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	62
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	68
5.1 สรุปการศึกษา	68
5.2 อภิปรายผล	77
5.3 ข้อค้นพบ	79
5.4 ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	86
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	89
ประวัติผู้เขียน	97

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ประเภท และจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้หน้ากากปิดจมูกไยสังเคราะห์ ปี พ.ศ. 2550	12
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ โรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูนในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไยสังเคราะห์	14
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	20
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	20
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	21
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน	21
9	จำนวนและร้อยละของจำนวนประเภทหน้ากากที่โรงงานใช้	22
10	จำนวนและร้อยละของประเภทหน้ากากอื่นๆที่โรงงานใช้นอกจากหน้ากากแบบไยสังเคราะห์	22
11	จำนวนและร้อยละของหน้ากากปิดจมูกประเภทอื่นๆที่มีการใช้ในโรงงาน อุตสาหกรรมจำแนกตามประเภทของโรงงาน	23
12	จำนวนและร้อยละของประเภทของหน้ากากปิดจมูกหลักที่ซื้อ	24
13	จำนวนและร้อยละของโรงงานที่ซื้อหน้ากากปิดจมูกจำแนกตามจำนวนของแหล่งขาย	24
14	จำนวนและร้อยละของโรงงานที่ซื้อหน้ากากปิดจมูกจากบริษัทต่าง ๆ	25
15	จำนวนและร้อยละของโรงงานจำแนกตามปริมาณการซื้อเฉลี่ยต่อเดือน	26
16	จำนวนและร้อยละของโรงงานจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	26
17	จำนวนและร้อยละของโรงงานจำแนกตามการซื้อเฉลี่ยต่อปี	27
18	จำนวนและร้อยละของโรงงานจำแนกตามจำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	27
19	จำนวนและร้อยละของโรงงานจำแนกตามผู้ตัดสินใจซื้อคนสุดท้าย	28
20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไยสังเคราะห์ของโรงงาน	29

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	30
22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	31
23	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	33
24	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	34
25	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	35
26	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	36
27	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ของโรงงาน	37
28	สรุปปัจจัยสำคัญและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเรียงจากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดไปต่ำสุดตามลำดับ รวมทั้งระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	38
29	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	39
30	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	40
31	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกใช้สังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	42
33	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	43
34	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	45
35	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	46
36	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	47
37	สรุปปัจจัยสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	49
38	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ของโรงงาน จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	50
39	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	51
40	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสังเคราะห์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
41	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	53
42	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	55
43	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	56
44	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	57
45	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	58
46	ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อโรงงานในการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	59
47	สรุปปัจจัยสำคัญ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ของโรงงานฯ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	60
48	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ของโรงงานฯ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	61
49	จำนวนและร้อยละของปัญหาที่เกิดจากการซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
50	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่เกิดจากการซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสแตติกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
51	สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลและปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านรวมทั้งระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	70

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
52	สรุปปัจจัยสำคัญ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสปีดของโรงงานฯ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	71
53	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสปีดของโรงงานฯ จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อหน้ากากปิดจมูกต่อเดือน	73
54	สรุปปัจจัยสำคัญ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสปีดของโรงงานฯ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	74
55	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหน้ากากปิดจมูกไฮสปีดของโรงงานฯ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	75