

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	
สารบัญภาพ	
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตการศึกษา	12
3.2 วิธีการศึกษา	13
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าช่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะ ของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการซื้อ รถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าช่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะ ของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่	29
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าช่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะ ของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่	39
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าช่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่ง	54
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของการใช้รถยนต์ บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าช่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่	73
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการศึกษา	84
5.2 การอภิปรายผล	104
5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา	112
5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	116
บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก	123

สารบัญ(ต่อ)

ประวัติผู้เขียน

หน้า

138



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	ตลาดองค์การและพฤติกรรมการซื้อขายขององค์การ	7
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	18
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	18
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการเลือกหรือเคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์	19
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการเลือกหรือเคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า	19
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการเลือกหรือเคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกขยะ	20
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานในหน่วยงาน	20
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะที่มีใช้ในหน่วยงาน	21
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์	21
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของรถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า	22
4.12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของรถยนต์บรรทุกขยะ	22
4.13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ ของหน่วยงาน	23

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อรถยนต์ติดตั้งเครื่องกระเช้าซ่อมไฟฟ้า	23
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการซื้อรถยนต์บรรทุกขยะ	24
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการระยะเวลาในการเรียกช่างของบริษัทคู่สัญญามาให้บริการที่หน่วยงาน	25
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทจำหน่ายรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครื่องกระเช้าซ่อมไฟฟ้าและรถยนต์บรรทุกขยะ	26
4.18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	27
4.19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร	29
4.20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	30
4.21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล	31
4.22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตำแหน่งในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับที่มีผลที่มีต่อปัจจัยด้านองค์กร จำแนกตามตำแหน่งในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	36
4.25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	38
4.26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์	40

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.27 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อม ไฟฟ้า	43
4.28 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกขยะ	46
4.29 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	49
4.30 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	51
4.31 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	52
4.32 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	54
4.33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยค่าผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์จำแนก ตามตำแหน่งในองค์กร	55
4.34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อม ไฟฟ้า จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	59
4.35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยค่าผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกขยะ จำแนกตาม ตำแหน่ง ในองค์กร	63
4.36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	67
4.37 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งใน องค์กร	69

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.38 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	71
4.39 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม	74
4.40 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านองค์กร	75
4.41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	75
4.42 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล	76
4.43 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์	77
4.44 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า	78
4.45 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกขยะ	79
4.46 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	80
4.47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	81
4.48 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	82