

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์	20
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ระบบ โรโตกราเวียร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	26
ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ตำแหน่ง รายได้ต่อปี จำนวนสีของงานที่รับ ความถี่ใน การสั่งซื้อแม่พิมพ์	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)	
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์	78
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	83
สรุปผลการศึกษา	83
อภิปรายผลการศึกษา	93
ข้อค้นพบ	94
ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	99
ภาคผนวก	100
แบบสอบถาม	101
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินการของสถานประกอบการ	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อปีของสถานประกอบการ	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสิ้ที่รับในแต่ละครั้ง	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อแม่พิมพ์เมื่อใด	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการจัดซื้อแม่พิมพ์	20
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งที่ขายแม่พิมพ์	21
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อแม่พิมพ์จากบริษัททำแม่พิมพ์	22
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคา	23
17	แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดซื้อแม่พิมพ์	23
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบริษัททำแม่พิมพ์ที่ซื้อโดยทางใด	25
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	26
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	27
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	28
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	29
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยของผู้ซื้อด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	30
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยของผู้ซื้อภายในองค์กร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแม่พิมพ์	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความสำคัญของปัจจัยของผู้ซื้อระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อแม่พิมพ์	32
26	แสดงค่าเฉลี่ยรวม ของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แม่พิมพ์ของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ระบบโรโตกราเวียร์	33
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม	34
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบ แบบสอบถาม	35
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตาม ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม	36
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตาม ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม	38
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม	39
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยภายในองค์กรของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม	40
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยระหว่างบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามตำแหน่ง ผู้ตอบแบบสอบถาม	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	42
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	44
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	46
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	48
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	50
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยภายในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	51
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยระหว่างบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามรายได้ต่อปี	52
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนสีที่รับงานต่อ1ครั้ง	54
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนสีที่รับงานต่อ1ครั้ง	56
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนสีที่รับงานต่อ1ครั้ง	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่รับงานต่อครั้ง	60
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่รับงานต่อครั้ง	62
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยภายในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่รับงานต่อครั้ง	63
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยระหว่างบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามจำนวนครั้งที่รับงานต่อครั้ง	64
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	66
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	67
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	69
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	72
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยภายในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	75
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยระหว่างบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	76
55	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านผลิตภัณฑ์	78
56	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านราคา	79
57	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	80
58	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด	81
59	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านสิ่งแวดล้อม	81
60	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านภายในองค์กร	82
61	แสดงจำนวน และ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านระหว่างบุคคล	82
62	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ระบบโรโตกราเวียร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่ง	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
63	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการ โรงพิมพ์ระบบโรโตกราเวียร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลำดับแรก จำแนกตามรูปแบบของกิจการ	87
64	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการ โรงพิมพ์ระบบโรโตกราเวียร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลำดับแรก จำแนกตามจำนวนสีที่รับงานต่อ 1 ครั้ง	88
65	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยของผู้ซื้อองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการ โรงพิมพ์ระบบโรโตกราเวียร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลำดับแรก จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการสั่งซื้อแม่พิมพ์ใน 1 ครั้ง	91