

บรรณานุกรม

- กรรมการ อัฐมโนลาก และไพฑูรย์ กำลังดี. (2551). การขาย 1. กรุงเทพฯ : เอมพันธ์.
กรุงเทพธุรกิจ. (2552, 2 มีนาคม). **ทรัพย์สินค้าฉ่มราคายังแถมเป็ญรายวัน**. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก Available : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/business/20090302/20752/>. วันที่สืบค้น 2552, 2 มีนาคม.
- กสิกรไทย,ศูนย์วิจัย. (2552, 25 มีนาคม). **ธุรกิจค้าปลีกปี 52 : กลยุทธ์ต้องเด่น...แรง...เพื่อกระตุ้นการจับจ่าย**. [ออนไลน์]. มองเศรษฐกิจฉบับที่ 2465. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.kasikomresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=19927> วันที่สืบค้น 2552, มีนาคม 25.
- กังสดาร บริบูรณ์. (2550). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อศูนย์การค้า ยูเนี่ยนมอลล์**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์ปัญญา. (2545). **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงษ์ ผู้มีคุณ. (2549). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมเปรี้ยวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คริสโตเฟอร์ เอช เลฟลีค และ ลอเรน ไรท์. (2546). **การตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). แปลจาก Principles of Service Marketing and Management แปลและเรียบเรียงโดย อุดลย์ จาตุรงค์กุล, คลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จรัญญา วิภาตะพันธุ์. (2549). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จิตรารณ สุทธิวรเศรษฐ์. (2541). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจ.เจ. มอลล์ ,บริษัท. (2552). **ข้อมูลศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์**. [ออนไลน์].<http://www.ijmall.co.th/>.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และจิตินันท์ วารวินิช. (2551). **หลักการตลาด**.กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- ชนิศา คุ่มครองวงศ์. (2549). **ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในศูนย์การค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โชติกา ต้นคิววัฒนกุลชัย. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฐาปนา บุญกล้า. (2548). **การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีกตลาด**. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ณสิจิ จันสิน. (2545). **ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการส่งเสริมการขายในห้างสรรพสินค้า**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐสิทธิ์ ลาภพิมพ์พร. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ณัฐพันธ์ เจริญนันท์. (2548). **การบริหารธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- คารา ทีปะปาล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ทิพรศน์ รุ่งทวีไพโรจน์. (2549). **การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องโทรศัพท์มือถือมือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง.
- บุษบา สุริยประภาคิลก. (2546). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2545). **เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ : ศรีอนันต์.
- แบร์เดน, อินแกรม และลาฟอรัจ. (2548). **หลักการตลาด**. แปลจาก Marketing : principles and Perspectives แปลและเรียบเรียง โดย อรรถ มณีสงฆ์, จำเนียร บุญมาก, มานพ ชุ่มอุ่น และพงศ์เทพ เดิมสงวนวงศ์. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
- ปณิศา ลัญญานนท์. (2548). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ประภาสิทธิ์ โกศินานนท์ และสาขชล วิสุทธิ์สมุทร. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : เอมพันธ์.
 ปิติพงษ์ ศิริพันธุ์. (2548). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยของผู้บริโภค**.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

พิบูล ทีปะपाल. (2543). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

รัตนกุล แสงรุ่งจิตร์รักษ์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว จังหวัด**

เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รุ่งนภา สุขเกษม. (2550). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์**

แลนด์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ฤดีวรรณ แหวกวาริ. (2550). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าใน**

ศูนย์การค้าสยามพารากอน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรชาติ โยชะพล. (2549). **เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการศูนย์การค้าใน**

บริเวณสยามเซ็นเตอร์ เขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

วีระพล เข็มโสภา. (2547). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์การค้า ดิ เอ็มโพ**

เรียม ซุป ปิง คอมเพล็กซ์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และปริญ ลักษิตานนท์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง**

การตลาด อุตสาหกรรม ธุรกิจ การค้าปลีก การสื่อสารการตลาดบูรณาการ.

กรุงเทพฯ : แบรินด์เอจบุค.

ศิริ วงศ์ภาคีกะเสรี. (2550). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ**

เฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิววรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2537).

กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และ ไชแทกซ์.

----- (2541). **กลยุทธ์การตลาด และการบริหารการตลาด และกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ :

ชีระฟิล์ม และ ไชแทกซ์.

ศุภชัย จิรเสียมกุล. (2552). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าทัวร์ ในจังหวัดภูเก็ต.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ศุภร เสรีรัตน์. (2543). **การจัดการการตลาด.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บีชีเนสเพรส. สมนึก โรมันมงคลรัตน์ และลักขณา ส่วนละม้าย. (2546). **กลยุทธ์การตลาด.** กรุงเทพฯ : เอ็มพันธ์. สมใจ บุญทานนท์. (2552). **หลักการตลาด.** (พิมพ์ครั้งที่ 5). นครปฐม :

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

สรชัย พิศาลบุตร. (2551). **การวิจัยตลาด.** กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.

สิทธิ ชีรสรณ์. (2551). **การตลาด : จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริภัทร โชติช่วง. (2548). **การส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุกัญญา นิรันดร์สุข. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์การค้าเมโทรมอลล์ในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุชาดา ร่มไทรทอง. (2551). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามาบุญครองของผู้บริโภคจังหวัดปทุมธานี.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สุดาพร กุศลบุตร. (2549). **หลักการตลาด(สมัยใหม่).** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.

สุดาพร อุปคำ. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า.** การค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุทธิกาญจน์ บัวน้อย. (2548). **การส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค จากห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และโรบินสันหาดใหญ่.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2534). **การบริหารการตลาด : ภาคสอง การวางแผนส่วนประสมการตลาด.** กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

สุมน สุทธิวนาสันต์. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาของผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และ ไซเทกซ์.
- อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). **การบริหารการตลาด : กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงคกุล และคลยา จาตุรงคกุล (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อินทรีรัตน์ บุญขจรตนกลิน. (2548). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ น้าผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Assael, Henry. (1998). **Consumer Behavior : and Marketing Action** . 6 th ed. Cincinnati, Ohio : South- Western College Publishing,Co.,
- Dalrymple Douglas J. and Parsons Leonard J. (1995). **Marketing management : Text and Cases** . 6th . ed. (New York : Johns, Wiley & Son).
- John,W.B. (1970). **Research in Education**.Engucation.Englewood Cliffe. , New Jersey:Prentiece Hall.
- Hoyer,Wayne D. and MacInnis, Deborah J. (1997). **Consumer Behavior**.Boston : Houghton Mifflin Company.
- Kotler, Philp. (1997). **Marketing management canalysis,planning,implementation and control**. 9 th ed.New Jersey : A Simon & Schster Company.
- . (2000). **Marketing Management**. The Millennium ed.Upper saddle River,N.J : Prentice-Hll,Inc.
- . (2003). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Mowen, Jonh C. and Minor, Michael. (1998). **Consumer Behavior**. 5 th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Stanton,William J. and Charles Futrell. (1987). **Fundamentals of marketing**. 8 th ed. New York : McGraw – Hill,Inc.
- Walters,G. (1974). **Consumer behavior : Theory and practice**. Revised Edition., Home Wood, Illinois : Richard D. Irwin.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

กรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคกรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

2. แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูล เพื่อการวิจัยเท่านั้น คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านแก่ประการใด ท่านจึงไม่ต้องระบุนามของท่านในแบบสอบถามนี้ และขอความกรุณาช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพราะถ้าคำตอบไม่ครบทุกข้อจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ไม่สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ ซึ่งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งในงานวิจัยนี้

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (กลุ่มวิชาการจัดการการตลาด)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. น้อยกว่า 20 ปี

☐ 2. 20-35 ปี

☐ 3. 36-50 ปี

☐ 4. มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

☐ 2. ปวส. / อนุปริญญา

☐ 3. ปริญญาตรี

☐ 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา

☐ 2. พ่อบ้าน / แม่บ้าน

☐ 3. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

☐ 4. บริษัทเอกชน

☐ 5. ธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า 10,001 บาท

☐ 2. 10,001 - 20,000 บาท

☐ 3. 20,001 - 30,000 บาท

☐ 4. มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป



ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์การค้า
เจ.เจ.มอลล์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์
การให้คะแนนดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.สินค้ามีคุณภาพ					
2.สินค้าเป็นที่นิยม					
3.สินค้าหลายยี่ห้อ หลายชนิด และหลายขนาด					
4.สินค้ามีความแปลกใหม่					
5.สินค้ามีจำหน่ายหลายประเภท					
6.สินค้าตรงกับความต้องการ					
7.สินค้ามีคุณภาพใหม่สด, สะอาด					
ด้านราคา					
1.สินค้ามีราคาเหมาะสม					
2.สินค้ามีราคาถูกกว่าที่อื่น					
3.สินค้าสามารถต่อรองราคาได้					
4.สินค้ามีป้ายราคาบอกชัดเจน					
5.สินค้าลดราคาจากป้ายปกติ					
6.สินค้าลดราคาในเทศกาลต่างๆ					
7.สินค้าให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อจำนวนมาก					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.ทำเลที่ตั้งสะดวก					
2.สถานที่อยู่ใกล้บ้าน หรือระหว่างทาง					
3.สถานที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
4.อยู่ถนนสายหลักหาง่าย					
5.ช่องทางการเดินซื้อสะดวก					
6.ความสะดวกภายในศูนย์การค้า					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1.การโฆษณาผ่านสื่อที่หลากหลาย					
2.การประชาสัมพันธ์ให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง					
3.การลด แลก แจก แถม					

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
การรับรู้ถึงความต้องการ					
1.ความปรารถนาจากตัวท่านเองที่ท่านต้องการมาศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์					
2.ความมีชื่อเสียงทำให้มาศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์					
3.สถานที่จอดรถสะดวกที่ทำให้ท่านมาศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์					
4.มีเจ้าหน้าที่ และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การค้นหาข้อมูล/การรับรู้ข่าวสาร					
1.ท่านสอบถามจากครอบครัว เช่น ญาติ พี่น้อง					
2.ท่านสอบถามจากเพื่อน,คนรู้จัก					
3.ท่านได้รับรู้จากสื่อโฆษณาต่างๆ					
4.เกิดจากประสบการณ์จากตัวท่านเอง					
การประเมินทางเลือก					
1.ท่านเปรียบเทียบจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์					
2.ท่านเปรียบเทียบจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์					
3.ท่านเปรียบเทียบจากราคาของผลิตภัณฑ์					
4.ท่านได้พิจารณาจากความเชื่อถือของผู้ค้า					
การตัดสินใจซื้อ					
1.ความคิดเห็นจากตัวท่านเอง					
2.ทางด้านราคา					
3.จากประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ท่านได้รับ					
4.ท่านพิจารณาจากการรับประกัน					
5.ท่านพิจารณาจากการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อตัดค่าใช้จ่ายลง					
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ					
1.ท่านได้รับความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์					
2.เมื่อท่านซื้อผลิตภัณฑ์แล้วท่านได้รับความพึงพอใจจึงทำให้ท่านมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป					
3.เมื่อท่านพึงพอใจในสินค้าและบริการ ท่านจึงแนะนำให้ผู้อื่นมาที่ศูนย์การค้าเจ.เจ.มอลล์ เพราะสินค้านี้มีคุณภาพ มีความหลากหลาย					

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๐๑๗๑

โครงการบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน

กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน ประธานกรรมการบริหารบริษัท เจ.เจ.มอลล์จำกัด

ด้วยนางสาวณฤมล ศรีห้องไส นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์”

โดยมี ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษนันท บึงไกร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
๒. ดร.วรพจน์ กันตพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์ที่จะขอข้อมูล ประวัติบริษัท เพื่อนำข้อมูลดังกล่าว มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม)

รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒, (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๗๕๕๒



ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๐๑๗๒

โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ประธานกรรมการบริหารบริษัท เจ.เจ.มอลล์จำกัด

ด้วยนางสาวนฤมล ศรีผ่องใส นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ภูมิศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์”

โดยมี ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนท์ ปิงไกร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
๒. ดร.วรพจน์ กันตพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการนี้นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บข้อมูลกับผู้บริโภค โครงการบัณฑิตศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดพิจารณาอนุญาตให้นักศึกษาได้เก็บข้อมูล เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม)

รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒ , (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๖๕๕๒

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๐๐๓๔

โครงการบัณฑิตศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน

กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๑๑ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ปราศรัย หอมกระหลบ

ด้วยนางสาวนฤมล ศรีผ่องใส นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์”

โดยมี ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนท์ บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

๒. ดร.วรพจน์ กันตพิพัฒน์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม)

รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการโครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒ , (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๖๕๕๒



ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๐๐๓๕

โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๑๑ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุวิชาญ โดวัฒนา

ด้วยนางสาวนฤมล ศรีผ่องใส นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์”

โดยมี ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนท์ บึงไกร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
๒. ดร.วรพจน์ กันตพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม)

รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒ , (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๖๕๕๒

ที่ ศธ ๐๕๖๕.๑๐.๐๒/๐๐๓๖



โครงการบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ถนนแจ้งวัฒนะ เขตบางเขน
กรุงเทพฯ ๑๐๒๒๐

๑๑ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กวี บุญเลิศวิชัย

ด้วยนางสาวนฤมล ศรีผ่องใส นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการตลาด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
กรณีศึกษา : ศูนย์การค้า เจ.เจ.มอลล์”

โดยมี ๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนท์ บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

๒. ดร.วรพจน์ กันตพิพัฒน์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ โครงการบัณฑิตศึกษาพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยดังกล่าว โครงการบัณฑิตศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชินวงศ์ ศรีงาม)

รองผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ปฏิบัติหน้าที่เลขานุการ โครงการบัณฑิตศึกษา

ฝ่ายวิชาการและวิทยานิพนธ์

โทร. (๐๒) ๕๒๑-๐๒๘๒ , (๐๒) ๕๔๔-๘๐๐๐ ต่อ ๑๔๓๒

โทรสาร (๐๒) ๕๒๑-๖๕๕๒

ภาคผนวก ง
ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

Reliability**Item-Total Statistics****Scale: Total****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	43

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1.1	154.23	651.633	.501	.969
p1.2	154.13	653.292	.370	.969
p1.3	154.20	650.097	.411	.969
p1.4	154.40	649.283	.361	.970
p1.5	153.80	644.855	.529	.969
p1.6	154.30	642.010	.424	.970
p1.7	154.37	645.068	.522	.969
p2.1	154.10	636.369	.692	.968
p2.2	154.33	630.299	.794	.968
p2.3	154.43	628.806	.785	.968
p2.4	154.60	631.766	.727	.968
p2.5	154.60	641.007	.714	.968
p2.6	154.77	634.668	.720	.968
p2.7	154.07	636.133	.710	.968
p3.1	153.93	642.133	.604	.968
p3.2	154.37	630.585	.683	.968
p3.3	154.50	633.086	.651	.968
p3.4	153.90	643.128	.502	.969
p3.5	153.90	640.507	.696	.968
p3.6	154.20	640.166	.703	.968
p4.1	154.93	642.271	.573	.969
p4.2	155.00	634.138	.694	.968
p4.3	154.93	635.306	.698	.968
de1.1	154.33	642.299	.588	.969
de1.2	154.70	634.769	.806	.968
de1.3	154.50	638.190	.593	.969
de1.4	154.50	633.776	.638	.968
de2.1	154.70	638.562	.650	.968
de2.2	154.60	643.628	.609	.968
de2.3	155.17	638.144	.727	.968
de2.4	154.43	638.392	.591	.969
de3.1	154.10	633.541	.789	.968
de3.2	154.13	634.740	.748	.968
de3.3	154.23	636.737	.624	.968
de3.4	154.00	642.000	.715	.968
de4.1	153.70	644.079	.755	.968
de4.2	153.93	640.133	.824	.968
de4.3	153.90	640.231	.746	.968
de4.4	154.17	633.247	.738	.968
de4.5	154.50	645.983	.495	.969
de5.1	154.20	639.200	.629	.968
de5.2	154.10	639.197	.691	.968
de5.3	154.10	629.748	.839	.968



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

นางสาวนฤมล ศรีผ่องใส

เกิดวันที่

วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2529

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

ที่อยู่

138/9 หมู่ 4 ซอย 12 ทิมเรืองเวช ถนนพหลโยธิน 52

แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547

มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย

พ.ศ. 2551

ศิลปศาสตรบัณฑิต โปรแกรมวิชานิติศาสตร์

พ.ศ. 2553

แขนงวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

กลุ่มวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

