

บรรณานุกรม

- กุสุมา อภิวัชรกุล. (2545). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยวัฒน์ ชยางกูร, ม.ล. (2548). ภาพลักษณ์องค์กร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชัยสิทธิ์ ศิลมัย. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพันธ์ เจริญนันท์. (2548). การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เทอดนิตร์ งามเลิศรัตน์. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- พิเชษฐ พุ่มรุ่ง. (2547). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชิ้นส่วนของรถยนต์ที่ทำด้วยพลาสติกบริษัทไทยโคโพลีอูธสสาหกรรมพลาสติกจำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- พินุล ทิปะปาล. (2543). การบริหารการตลาดยุคใหม่ในทศวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ชื่อโรงงาน และทะเบียนโรงงาน. (2548). : <http://www.sql.diw.go.th/results1.asp>
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. (2546). หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ : เพียร์สันเอดูเคชั่น.
- วิไล รังสาดทอง. (2545). เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร. กรุงเทพฯ : เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล. (2546). การใส่ใจลูกค้าและตลาด. กรุงเทพฯ : ทิควเอ็มเบสท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศศนันท์ วิวัฒนชาติ. (2545). เทคนิคการขายอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมจิต นันทวโนทยาน. (2545). สัมพันธระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตัดสินใจซื้อรถปิคอัพเคลื่อนที่สี่ล้อของคนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สมิต สัจฉกร. (2546). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและเท็กซ์.

สุดาตวง เรืองรุจิระ.(2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ขงพลเทรดดิ้ง.

สุวิทย์ พัฒนศิริมงคล.(2544). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อให้เลิกปาดเจียรนัยผิว
กรณีศึกษาของบริษัทไดโดฟิดีเอ็ม(ไทยแลนด์)จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา.(2541). ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน ?. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและเท็กซ์.

-----.(2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด.กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและ เท็กซ์.

อดุลย์ จาตุรงกกุล.(2546). การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

อนันต์ วงศ์กระจ่าง. (2533). ออกแบบชิ้นส่วนเครื่องจักรกล .กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

อมรรัตน์ สินวิริยะกุล.(2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิมของ
ลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนคร.

อภิสิทธิ์ นัทรทนันทน์. (2548). คนผู้สร้างภาพลักษณ์องค์กร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

Etzel,Michael J., Walker and Stanton, William J. (2004). **Marketing**. (13th ed.). Boston : Mc
Graw- Hill.

Kotler, Philip. (2003). **Marketing Management**. Englewood Cliffs. Prentice-Hall.

Kotler, Philip and Armstrong Gary. (2004). **Principles of Marketing**. (10th ed.). New Jersey :
Prentice-Hall.



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ภาคผนวก



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการทราบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนแก้ไขปัญา ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทางการตลาดต่อไป

2. แบ่งคำถาม 2 ตอน เป็นแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด

ตอนที่ 1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

3. การวิจัยครั้งนี้จะสำเร็จได้ด้วยดีด้วยความร่วมมือจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านในสภาพที่เป็นจริง ณ ปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงแก้ไข พัฒนาปัจจัยทางการตลาด คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะผู้วิจัยจะวิเคราะห์และนำข้อสรุปในภาพรวม

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม

มิตร ชูนิ่ม

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ☒ ลงใน () หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. วุฒิการศึกษา

- 1. () ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2. () ปริญญาตรี
- 3. () สูงกว่าปริญญาตรี

2. ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ

- 1. () ต่ำกว่า 2 ปี
- 2. () 3-8 ปี
- 3. () 9-14 ปี
- 4. () 15 ปีขึ้นไป

3.ประเภทกิจการ

- 1. () ผลิตอาหารแปรรูป พืช ผัก และผลไม้
- 2. () ผลิตอาหารแปรรูปประเภทเนื้อสัตว์บก
- 3. () ผลิตอาหารแปรรูปเครื่องดื่มนมและนม
- 4. () ผลิตอาหารแปรรูปประเภทสัตว์น้ำ
- 5. () ผลิตอาหารแปรรูปอาหารสัตว์
- 6. () ผลิตอาหารแปรรูปประเภทแป้ง

ตอนที่ 2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ
คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย [✓] ในช่องคะแนนที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้
คะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยมาก
3 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยทางการตลาด		เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	ด้านผลิตภัณฑ์					
1	คุณภาพของเครื่องจักร ได้มาตรฐาน					
2	อายุการใช้งานเครื่องจักรยาวนาน					
3	ความปลอดภัยในการใช้งานสูง					
4	สะดวกในการทำความสะดวกและบำรุงรักษา					
5	สามารถออกแบบให้หลากหลายตามความต้องการได้					
	ด้านราคา					
1	ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน					
2	ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น					
3	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องจักร					
4	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการหลังการขาย					
5	ราคาเหมาะสมกับวิธีการชำระเงิน					
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1	มีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ผลิต / ตัวแทนจำหน่าย					
2	การให้ความสะดวกในการสั่งซื้อเครื่องจักร					

ปัจจัยทางการตลาด		เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3	ความสามารถของพนักงานขายในการให้คำแนะนำ					
4	การตรงต่อเวลาในการส่งมอบเครื่องจักร					
5	มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขาย					
	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1	มีการโฆษณาทางสื่อหลายประเภท เช่น นิตยสาร วารสาร ทีวี หนังสือพิมพ์ แค็ตตาล็อก และInternet					
2	มีการจัดแสดงและสาธิตการใช้เครื่องตามสถานที่จัดแสดงสินค้า					
3	มีการใช้โทรศัพท์ Fax.และ E-Mail ติดต่อ					
4	มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง					
5	มีตัวแทนขายของบริษัทไปติดต่อขายโดยตรง					
	ด้านภาพลักษณ์					
1	เป็นบริษัทที่ก่อตั้งมานาน					
2	ชื่อเสียงสุจริตเป็นธรรมไม่เอาเปรียบลูกค้าและสังคม					
3	พนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาทดี					
4	เป็นบริษัทที่เคยมักทำความดีช่วยเหลือสังคมเรื่อยมา					
5	เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จมานาน					
	ด้านการบริการหลังการขาย					
1	ติดตามผลการใช้หรือการซ่อมบำรุงเครื่องจักร					
2	พูดเขียนเขียนทางโทรศัพท์ตามความเหมาะสม					
3	เข้าพบลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งว่าเครื่องจักรมีปัญหา					
4	กำหนดระยะเวลาประกันให้ 1 ปี					
5	ให้คำปรึกษาและข้อควรระวังในการใช้เครื่อง					

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นายมิตร ชูนิ่ม

เกิดวันที่ 5 พฤศจิกายน 2513

สถานที่เกิด อำเภอร่อนฉิม จังหวัดสงขลา

ที่อยู่ บ้านเลขที่ 141 หมู่ 3 ถนนสายวาริช ตำบลระโนด อำเภอร่อนฉิม จังหวัดสงขลา 90140

สถานที่ทำงาน บริษัท พัฒนากล จำกัด (มหาชน) เลขที่ 79/1 หมู่ 14 ซ.กิ่งทอง ถ.กิ่งแก้ว – ตลาดกระบี่ ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2178-2230-32 ต่อ 4752 โทรสาร 0-2178-2234

ตำแหน่งหน้าที่การงาน หัวหน้างานออกแบบเครื่องจักรแปรรูปอาหาร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนระโนดวิทยา อำเภอร่อนฉิม จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2532	ปวช. (ช่างเชื่อมและโลหะแผ่น) วิทยาลัยเทคนิคสตูล จังหวัดสตูล
พ.ศ. 2534	ปวส. (ช่างโลหะ) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขต ภาณุ จังหวัดสงขลา
พ.ศ. 2546	วท.บ. (เทคโนโลยีการผลิต) สถาบันราชภัฏราชบุรี จังหวัดราชบุรี
พ.ศ. 2549	บธ.ม. (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร