

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ที่ ศธ ๐๕๕๕.๑๕(๑) ๖๐๐๑



คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี  
ตำบลนาวิ่ง อำเภอเมือง  
จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๐๐๐

๑๗ มกราคม พ.ศ.๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญส่ง

ด้วยบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๗ ปัจจุบันมีนักศึกษารุ่นที่ ๗ อยู่ระหว่างทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้วิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพและมีคุณภาพค่าทางวิชาการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในทางวิชาการเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยของวิทยานิพนธ์ มีหัวข้อรายละเอียดดังนี้ คือ

ชื่อนักศึกษา	ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
นางสาวสร้อยัญญ์ เอกกิตติ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วบริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)	ประธานที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนาะ กลั่นงาม

ทั้งนี้ นักศึกษาได้ส่งต้นฉบับวิทยานิพนธ์มาเพื่ออ่านและพิจารณาประกอบด้วยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นรินารถ ศรีวรรณารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

สำนักคณะวิทยาการจัดการ

โทร.๐-๓๒๔๕-๓๒๖๕, โทรสาร ๐-๓๒๔๕-๓๒๖๕



ที่ ศธ ๐๕๕๕.๑๕(๑) ๖๐๐๑

คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี  
ตำบลนาุ้ง อำเภอเมือง  
จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๐๐๐

๑๗ มกราคม พ.ศ.๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์กฤตชน วงศ์รัตน์

ด้วยบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๗ ปัจจุบันมีนักศึกษารุ่นที่ ๗ อยู่ระหว่างทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้วิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพและมีคุณภาพค่าทางวิชาการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในทางวิชาการเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยของวิทยานิพนธ์มีหัวข้อรายละเอียดดังนี้ คือ

ชื่อนักศึกษา	ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
นางสาวสรรัชฎ์ เอกกิตติ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้ว บริษัท โอเซียนกลาส จำกัด (มหาชน)	ประธานที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนาะ กลิ่นงาม

ทั้งนี้ นักศึกษาได้ส่งต้นฉบับวิทยานิพนธ์มาเพื่ออ่านและพิจารณาประกอบด้วยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง  
ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นรินารถ ศรีวรรณารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

สำนักคณะวิทยาการจัดการ โทร.๐-๓๒๔๕-๓๒๖๕, โทรสาร ๐-๓๒๔๕-๓๒๖๕

ที่ ศธ ๐๕๕๕.๑๕(๑) ๖๐๑๓



คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี  
ตำบลนาบัว อำเภอเมือง  
จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๐๐๐

๑๔ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๕๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณอารีย์ สุภานันท์

ด้วยบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ได้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มาตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๔๗ ปัจจุบันมีนักศึกษารุ่นที่ ๗ อยู่ระหว่างทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้วิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพและมีคุณภาพค่าทางวิชาการบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในทางวิชาการเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยของวิทยานิพนธ์ มีหัวข้อรายละเอียดดังนี้ คือ

ชื่อนักศึกษา	ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
นางสาวสร้อยชญ์ เอกกิตติ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วบริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)	ประธานที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนาะ กลิ่นงาม

ทั้งนี้ นักศึกษาได้ส่งต้นฉบับวิทยานิพนธ์มาเพื่ออ่านและพิจารณาประกอบเรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นรินารถ ศรีวรรณารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

สำนักคณะวิทยาการจัดการ โทร.๐-๓๒๔๕-๓๒๖๕, โทรสาร ๐-๓๒๔๕-๓๒๖

**ภาคผนวก ข**

**แบบสอบถาม**

**แบบสอบถาม**  
**(สำหรับลูกค้า)**

**การวิจัยเรื่อง** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วบริษัท โอเชียน  
กลาส จำกัด (มหาชน)

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้วบริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจคณะกรรมการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผู้ศึกษาขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ สรุปผลและนำเสนอในภาพรวมไม่ระบุถึงตัวบุคคล ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**ส่วนที่ 1** ประวัติส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** : โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 21 ปี  21 – 30 ปี  31 – 40 ปี  40 - 50 ปี  51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา  ปวส./อนุปริญญา  ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา  พนักงานบริษัทเอกชน  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ  อื่นๆ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,001 บาท  10,001 – 20,000 บาท  20,001 – 30,000 บาท  ตั้งแต่ 30,001 บาท

6. ลักษณะของงาน

ธนาคาร  สำนักงานราชการ  โรงแรม  ร้านอาหาร  ร้านขายของชำ  อื่น ๆ

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแก้ว บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)

**คำชี้แจง :** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านใดต่อไปนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านตามสภาพความเป็นจริงที่ท่านปฏิบัติ และโปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ โดยเลขหมายแต่ละระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1) สินค้ามีตราชื่อหรือเป็นที่ยอมรับ					
2) สินค้ามีขนาดและรูปร่างที่น่าสมมุข					
3) สินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม					
4) สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน					
5) สินค้ามีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท					
6) สินค้ามีหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค					
7) บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์และมีความแข็งแรง					
8) อื่น ๆ .....(ระบุ)					
<b>2. ด้านราคา</b>					
1) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า					
2) สินค้ามีหลายระดับราคาให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ					
3) ราคาสินค้าเหมาะสมกับประโยชน์ที่ได้รับ					
4) อื่น ๆ.....(ระบุ)					
<b>3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
1) ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้า					
2) การจัดส่งสินค้าตรงเวลา					
3) ท่าเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้ารับสินค้า					
4) มีพนักงานขายที่ให้บริการลูกค้า					
5) การรับคืนสินค้ากรณีเสียหายจากการขนส่ง					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6) การบริการหลังการขาย					
7) สถานที่จัดจำหน่ายหาซื้อได้ง่ายและสะดวก					
8) ระยะเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความแน่นอน					
9) อื่น ๆ..... (ระบุ)					
<b>4. ด้านการส่งเสริมการขาย</b>					
1) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ					
2) การมีส่วนลดด้านราคา					
3) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ					
4) การแนะนำบอกต่อจากบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติ เพื่อน					
5) อื่น ๆ..... (ระบุ)					

**ส่วนที่ 3** การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)

**คำชี้แจง :** กรุณาตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านตามสภาพความเป็นจริงที่ท่านปฏิบัติ และ โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ โดยเลขหมายแต่ละระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1.การรับรู้</b>					
1)ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากความ ต้องการของตัวเอง					
2)ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากความ ต้องการของบุคคลในครอบครัว					
3) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากคู่มือโฆษณา					
4) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากการอ่าน สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์					
5) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากการได้รับ ข่าวสารของผลิตภัณฑ์จากบุคคลที่มีประสบการณ์ในการใช้ ผลิตภัณฑ์					
<b>2. การค้นหาข้อมูล</b>					
1) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูล ของท่าน คือ สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อน					
2) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้มาจากการ โฆษณา					
3) การรับข้อมูลผลิตภัณฑ์เกิดจากการได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ จากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย					
4) การรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เกิดจากการแนะนำจากร้านค้าหรือ ตัวแทนจำหน่าย					

การตัดสินใจซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>3. การประเมินทางเลือก</b>					
1) ผลลัพธ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการตอบสนองความต้องการของตัวเอง					
2) ผลลัพธ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการที่ท่านได้รับประโยชน์จากผลลัพธ์					
3) ผลลัพธ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่ายผลลัพธ์					
4) ท่านเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและพบว่าการตัดสินใจซื้อของท่านเป็นการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่อย่างดีที่สุด					
<b>4. การตัดสินใจซื้อ</b>					
1) การตัดสินใจซื้อผลลัพธ์ของท่านเกิดขึ้นจากตราของผลลัพธ์					
2) การตัดสินใจซื้อผลลัพธ์ของท่านเกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่าย					
3) การตัดสินใจซื้อผลลัพธ์ของท่านเกิดขึ้นจากระยะเวลาในการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสม					
4) การตัดสินใจซื้อผลลัพธ์ของท่านเกิดขึ้นจากความสะดวกในการชำระค่าผลลัพธ์					
5) การตัดสินใจซื้อเกิดจากการเห็นผู้อื่นใช้					
<b>5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ</b>					
1) ภายหลังการซื้อผลลัพธ์ท่านมีความพึงพอใจต่อรูปร่างและสีสันทที่สวยงามของผลลัพธ์					
2) ผลลัพธ์ที่ท่านซื้อ มีคุณภาพที่ดีตามความต้องการ					
3) มีความสุขและความมั่นใจในการใช้สินค้าคุณภาพดี					
4) รับรู้ถึงการให้บริการที่ดีของพนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย					
5) ภายหลังการซื้อผลลัพธ์พบว่า การบรรจุภัณฑ์และผลลัพธ์ มีมาตรฐานสากล					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

ภาคผนวก ค

ค่าดัชนีความสอดคล้อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับ IOC			รวม
	รศ.ดร.กาญจนา	อาจารย์กฤต	คุณอารี	
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
1) สินค้ามีตราที่หือเป็นที่ยอมรับ	1	1	1	1
2) สินค้ามีขนาดและรูปร่างที่น่าสมัย	1	1	1	1
3) สินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม	1	1	1	1
4) สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน	1	1	1	1
5) สินค้ามีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท	1	1	1	1
6) สินค้ามีหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	1	1	1	1
7) บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์และมีความแข็งแรง	1	1	1	1
8) อื่น ๆ .....(ระบุ)	1	1	1	1
<b>2. ด้านราคา</b>				
1) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า	1	1	1	1
2) สินค้ามีหลายระดับราคาให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ	1	1	1	1
3) ราคาสินค้าเหมาะสมกับประโยชน์ที่ได้รับ	1	1	1	1
4) อื่น ๆ.....(ระบุ)	1	1	1	1
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
1) ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้า	1	1	1	1
2) การจัดส่งสินค้าตรงเวลา	1	1	1	1
3) ท่าเลที่ตั้งและความสะดวกในการเข้ารับสินค้า	1	1	1	1
4) มีพนักงานขายที่ให้บริการลูกค้า	1	1	1	1
5) การรับคืนสินค้ากรณีเสียหายจากการขนส่ง	1	1	1	1
6) การบริการหลังการขาย	1	1	1	1
7) สถานที่จัดจำหน่ายหาซื้อได้ง่ายและสะดวก	1	1	1	1
8) ระยะเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความแน่นอน	1	1	1	1
9) อื่น ๆ..... (ระบุ)	1	1	1	1

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับ IOC			รวม
	รศ.ดร.กาญจนา	อาจารย์กฤตชน	คุณอารี	
<b>4. ด้านการส่งเสริมการขาย</b>				
1) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	1	1	1	1
2) การมีส่วนลดด้านราคา	1	1	1	1
3) การแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสต่าง ๆ	1	1	1	1
4) การแนะนำออกต่อบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติ เพื่อน	1	1	1	1
5) อื่น ๆ..... (ระบุ)	1	1	1	1

การตัดสินใจซื้อ	ระดับ IOC			รวม
	รศ.ดร.กาญจนา	อาจารย์กฤตชน	คุณอารี	
<b>1.การรับรู้</b>				
1)ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากความต้องการของตัวเอง	1	1	1	1
2)ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากความต้องการของบุคคลในครอบครัว	1	1	1	1
3) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากคู่มือโฆษณา	1	1	1	1
4) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากอ่านสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
5) ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดจากการได้รับข่าวสารของผลิตภัณฑ์จากบุคคลที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
<b>2. การค้นหาข้อมูล</b>				
1) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูลของท่าน คือ สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อน	1	1	1	1
2) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้มาจากการโฆษณา	1	1	1	1
3) การรับข้อมูลผลิตภัณฑ์เกิดจากการได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์จากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	1	1	1	1

การตัดสินใจซื้อ	ระดับ IOC			รวม
	รศ.ดร.กาญจนา	อาจารย์กฤษณ	คุณอริ	
3) การรับข้อมูลผลิตภัณฑ์เกิดจากการได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์จากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	1	1	1	1
4) การรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เกิดจากการแนะนำของร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	1	1	1	1
<b>3. การประเมินทางเลือก</b>				
1) ผลิตภัณฑ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการตอบสนองความต้องการของตัวเอง	1	1	1	1
2) ผลิตภัณฑ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการที่ท่านได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
3) ผลิตภัณฑ์ที่ท่านเลือกเกิดจากการได้รับการบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
4) ท่านเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและพบว่า การตัดสินใจซื้อของท่านเป็นการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่อย่างดีที่สุด	1	1	1	1
<b>4. การตัดสินใจซื้อ</b>				
1) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดขึ้นจากรายชื่อของผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
2) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดขึ้นจากการได้รับบริการที่ดีจากตัวแทนจำหน่าย	1	1	1	1
3) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดขึ้นจากระยะเวลาในการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสม	1	1	1	1
4) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเกิดขึ้นจากความสะดวกในการชำระค่าผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
5) การตัดสินใจซื้อเกิดจากการเห็นผู้อื่นใช้	1	1	1	1
<b>5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ</b>				
1) ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ท่านมีความพึงพอใจต่อรูปร่างและสีสันทันที่สวยงามของผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
2) ผลิตภัณฑ์ที่ท่านซื้อ มีคุณภาพที่ดีตามความต้องการ	1	1	1	1
3) มีความสุขและความมั่นใจในการใช้สินค้าคุณภาพดี	1	1	1	1
4) รับรู้ถึงการให้บริการที่ดีของพนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย	1	1	1	1
5) ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า การบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐานสากล	1	1	1	1

### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	นางสาวสรชัญญ์ เอกกิตติ
วัน เดือน ปีเกิด	22 มกราคม 2528
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2550 ปริญญาตรี วิทยาการจัดการ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี
สถานที่ทำงาน	บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ