

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากรและตัวอย่าง	12
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	19
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	42
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	94
สรุปผลการศึกษา	94
อภิปรายผลการศึกษา	100
ข้อค้นพบ	103
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก	107
ตัวอย่างแบบสอบถาม	108
ประวัติผู้เขียน	118

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหมวดสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทวัสดุก่อสร้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านค้าที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง	24
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าประเภทก่อสร้าง	26
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลของการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้านี้	27
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง	27
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	28
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	28
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะสื่อที่ทำให้รู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้าง	29
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง	30
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระเงิน	30
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่ไปซื้อวัสดุก่อสร้างด้วย	31
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	31
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง	32
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการเลือกร้านค้า	32
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการกลับมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าว	33
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำคนอื่นมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าว	33
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม	36
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	41
30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	43
31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	45
32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	47
33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	50
34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	52
35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	55
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	58
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าประเภท ก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	62
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเหตุผลของการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างจากร้านค้านี้ จำแนกตามเพศ	63
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้าน จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม เวลาที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	65
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม วันที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างจำแนกตามเพศ	66
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม การเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	67
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม ลักษณะสื่อที่ทำให้รู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	68
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ	69
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม รูปแบบการชำระเงิน จำแนกตามเพศ	70
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม บุคคลที่ไปซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยจำแนกตามเพศ	71
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามเพศ	72
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม ความถี่ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	73
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม พฤติกรรม การเลือกร้านค้าจำแนกตามเพศ	74
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม การกลับมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าวจำแนกตามเพศ	75
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม การแนะนำคนอื่นมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าวจำแนกตามเพศ	76
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม วัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าประเภทก่อสร้าง จำแนกตามรายได้	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม เหตุผลของการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้านี้ จำแนกตามรายได้	78
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้	79
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เวลาที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้	80
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม วันที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างจำแนกตามรายได้	82
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้	83
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะสื่อที่ทำให้รู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้	84
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง จำแนกตามรายได้	85
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รูปแบบการชำระเงิน จำแนกตามรายได้	86
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม บุคคลที่ไปซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยจำแนกตามรายได้	87
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามรายได้	88
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้	89
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเลือกร้านค้าจำแนกตามรายได้	90
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การกลับมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าวจำแนกตามรายได้	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตาม การแนะนำคนอื่นมาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าดังกล่าวจําแนกตามรายได้	92
----	---	----