

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด และทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขนาดตัวอย่าง และการคัดเลือกตัวอย่าง	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท	13
2. ปัญหาในการซื้อสินค้าร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท	102
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	109
อภิปรายผล	120
ข้อเสนอแนะ	122

บรรณานุกรม

ภาคผนวก แบบสอบถาม

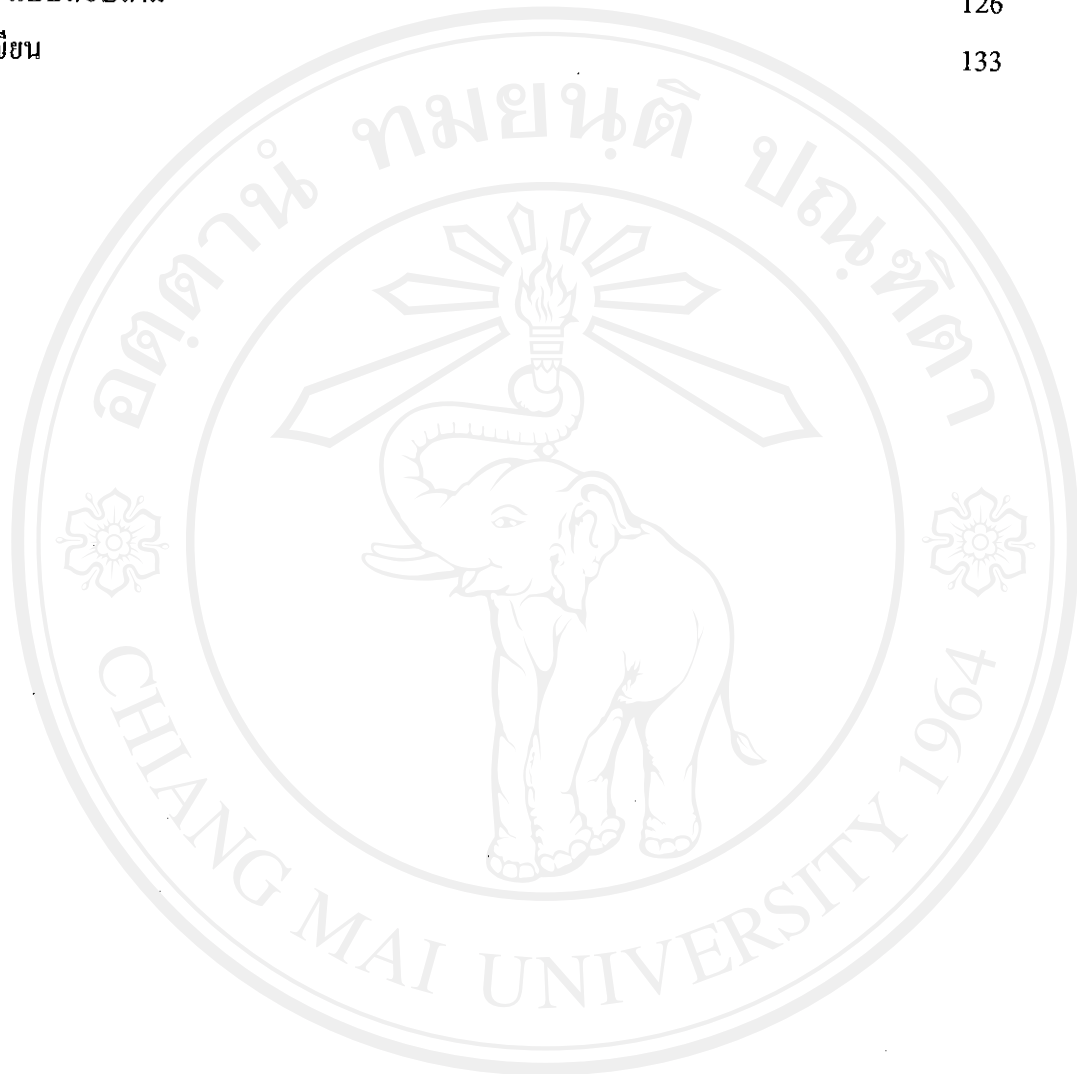
ประวัติผู้เขียน

หน้า

125

126

133



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม	13
2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	14
3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	15
4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	16
5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	17
6 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกายภาพ	18
7 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล	19
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	21
10 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	21
11 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	22

ตาราง	หน้า
12	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 23
13	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 24
14	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกายภาพ ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 25
15	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 26
16	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ในการ ตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 27
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 28
18	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 29
19	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 31
20	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 33
21	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 35
22	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกายภาพ ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 37
23	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการตัดสินใจ ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 39
24	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา 41
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 43
26	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 44

ตาราง	หน้า	
27	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	46
28	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	48
29	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
30	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกายภาพ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	52
31	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	54
32	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	56
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน	58
34	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	59
35	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านราคา ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	61
36	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	63
37	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	65
38	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกายภาพ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	67
39	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	69
40	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	71
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพผู้บริโภคในการซื้อวัสดุก่อสร้าง	73



56	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับการมีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าใน 1 ปี ที่ผ่านมา	100
57	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	102
58	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	103
59	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	104
60	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	105
61	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกายภาพ	106
62	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล	107
63	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	108
64	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก	110
65	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก จำแนกตามเพศ	111
66	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก จำแนกตามการศึกษา	112
67	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก จำแนกตามอายุ	114
68	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก จำแนกตามรายได้	116
69	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในการซื้อสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก จำแนกตามสถานภาพของการซื้อสินค้า	118