

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
3.1 ขอบเขตการศึกษา	11
3.2 วิธีการศึกษา	11
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
4.2 ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการให้บริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดยุทธนาฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่	124
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	134
5.1 สรุปผลการศึกษา	134
5.2 อภิปรายผล	145
5.3 ข้อค้นพบ	148
5.4 ข้อเสนอแนะ	156
บรรณานุกรม	158
ภาคผนวก	159
แบบสอบถาม	160
ประวัติผู้เขียน	170

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ทำงานในธุรกิจก่อสร้างหรืองานที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทขององค์กร	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดคุณลักษณะ ของสินค้าที่จะซื้อในองค์กร	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่ทำให้รู้จักร้านยุทธนาฮาร์ดแวร์	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าจากร้านยุทธนาฮาร์ดแวร์	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการสั่งซื้อวัสดุก่อสร้าง	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการรับสินค้าจากร้าน	25
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันเวลาที่ได้รับสินค้าหลังจากสั่งซื้อสินค้า	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เงื่อนไขในการชำระเงินค่าสินค้า	26
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาในการชำระเงิน	27
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร ด้านสภาพแวดล้อม	28
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร ด้านองค์กร	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	32
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร ด้านปัจเจกบุคคล	34
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	36
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	38
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	41
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	44
27 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร	46
28 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	47
29 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	47
30 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	50
32 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	51
33 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	52
34 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	53
35 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	54
36 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ	56
37 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	58
38 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	60
39 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	62
40 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	64
41 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	66
42 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	68
43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	73
45 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	75
46 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	77
47 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	79
48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	81
49 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	83
50 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	85
51 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	87
52 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามการศึกษา	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	92
54 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	94
55 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	96
56 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	98
57 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์	100
58 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	102
59 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	104
60 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน	107
61 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	107
62 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	111
63 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อวัสดุก่อสร้างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	112
64 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	114
65 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	118
67 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	120
68 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือองค์กรต่อเดือน	122
69 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	124
70 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	126
71 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	128
72 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	129
73 แสดง 10 ลำดับปัจจัยที่ทำให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	148
74 แสดงปัจจัยด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กร	149

สารบัญภาพ

รูป

1 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจ

หน้า

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved