

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	11
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้ซื้อที่นำไปใช้โดยตรง	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
4.1.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกร้านวัสดุก่อสร้าง	25
4.1.3 ปัญหาที่พบในการซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านวัสดุก่อสร้างที่ เลือกซื้อ	33
4.1.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกร้านวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในครอบครัว รวมกัน	37
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อที่นำไปใช้ในการทำธุรกิจ	77
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
4.2.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกร้านวัสดุก่อสร้าง	87
4.2.3 ปัญหาที่พบในการซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านวัสดุก่อสร้างที่ เลือกซื้อ	94
4.2.4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกร้านวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ ประเภทธุรกิจ และ ประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	98
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	115
สรุปผลการศึกษา	115
อภิปรายผล	138
ข้อค้นพบ	140
ข้อเสนอแนะ	142

บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	148
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้ซื้อที่นำไปใช้โดยตรง	149
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้ซื้อไปทำธุรกิจ	157
ประวัติผู้เขียน	165



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างแต่ละร้านต่อการเลือกใช้บริการ	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้ทราบร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	21
14 แสดง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	23
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง	24
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	25
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	27
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	28
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	30
21 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	33
23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	34
24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	35
25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	36
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	37
27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	40
29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	42
30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	44
31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคา จำแนกตามอายุ	46
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	48
33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	50
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ	52
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคาจำแนกตามอาชีพ	55
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ	57
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	59
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	61
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคาจำแนกตามระดับการศึกษา	63
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	67
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	69
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	71
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	73
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	76
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	78
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	78
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	79
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	79
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	80
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร	80
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	81
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	81
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านวัสดุก่อสร้างที่เป็นประจำ	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ซื้อวัสดุก่อสร้าง	82
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านก่อนการเลือกใช้บริการ	83
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	83
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้ทราบร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	84
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านที่เลือก	85
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	86
61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	87
62 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	88
63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	90
64 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	91
65 แสดง จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	93
66 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม	95
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	95
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	97
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	98
71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	99
72	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	101
73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	103
74	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	105
75	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	107
76	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	109
77	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	111
78	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง	113
79	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามเพศ	118
80	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามอายุ	121
81	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
82	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษา	127
83	ตารางที่ 83 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของทุกคนในบ้านรวมกัน	131
84	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ	135
85	สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ลำดับแรก จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง	138