

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ค
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ประวัติความเป็นมาของธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	7
ความเป็นมาของธุรกิจวัสดุก่อสร้าง.....	7
โครงสร้างตลาดวัสดุก่อสร้าง.....	9
ลักษณะการแข่งขันของผู้ผลิตและร้านค้าส่ง.....	11
ข้อมูลอำเภอบางปะหันและอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	14
อำเภอบางปะหัน.....	14
อำเภอนครหลวง.....	21
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2 (ต่อ)	แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	30
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	35
	ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	36
	ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	40
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	47
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
	ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	55
	ตอนที่ 2 ปัจจัยในการซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	57
	ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อความสำคัญในการบริหารจัดการ ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	60
	ตอนที่ 4 ระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่าย วัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	65
	ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า.....	70
	ตอนที่ 6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า.....	79

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ตอนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัย ในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า.....	91
ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ ปัจจัยในการซื้อ วัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	100
ตอนที่ 9 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา กับ ระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่าย วัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	130
ตอนที่ 10 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	132
5	
สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	134
สรุปผลการวิจัย.....	134
อภิปรายผล.....	135
ข้อเสนอแนะ.....	138
บรรณานุกรม.....	140
ภาคผนวก.....	144
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	150

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ประเภทของพฤติกรรมการซื้อ.....	40
2	แสดงลูกค้ำร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะหัน และอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	48
3	จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ.....	55
4	จำนวนและร้อยละของผู้แนะนำในการซื้อ.....	57
5	จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ.....	57
6	จำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	58
7	จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	58
8	จำนวนและร้อยละของเวลาในการมาซื้อ.....	59
9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการวางแผนการขาย.....	60
10	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	61
11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการจูงใจ.....	62
12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า.....	63
13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในภาพรวม.....	64
14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์.....	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา.....	66
16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	67
17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	68
18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวม.....	69
19	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านำหน้าตามเพศ.....	70
20	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านำหน้าตามอายุ.....	71
21	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านำหน้าตามระดับการศึกษา.....	72
22	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็น ของลูกค้านำหน้าด้านการวางแผนการขาย นำหน้าตามระดับการศึกษา.....	73
23	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็น ของลูกค้านำหน้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นำหน้าตามระดับการศึกษา.....	73
24	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็น ของลูกค้านำหน้าด้านการจูงใจ นำหน้าตามระดับการศึกษา.....	74
25	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็น ของลูกค้านำหน้าด้านการควบคุมคุณภาพสินค้า นำหน้าตามระดับการศึกษา.....	74
26	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านำหน้าตามอาชีพ.....	75
27	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็น ของลูกค้านำหน้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นำหน้าตามอาชีพ.....	76
28	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านำหน้าตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามสถานะภาพสมรส.....	78
30	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามเพศ.....	79
31	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามอายุ.....	80
32	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
33	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	82
34	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	82
35	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
36	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
37	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ.....	84
38	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ.....	85
39	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ.....	85
40	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดหน่าย จำแนกตามอาชีพ.....	86
41	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ.....	86
42	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน...	87
43	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	88
44	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามสถานะภาพสมรส.....	89
45	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามสถานะภาพสมรส.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
46	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานะภาพสมรส..... 90
47	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามผู้แนะนำในการซื้อ.... 92
48	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามเหตุผลในการซื้อ..... 93
49	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ.... 94
50	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ..... 95
51	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ..... 95
52	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ..... 96
53	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ..... 96
54	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อ สินค้าต่อครั้ง..... 97
55	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามเวลาในการมาซื้อ..... 98
56	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามเวลาในการมาซื้อ..... 99
57	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเวลาในการมาซื้อ..... 99
58	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้แนะนำในการซื้อ..... 100
59	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการซื้อ..... 101
60	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทสินค้าที่ซื้อ..... 102
61	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง..... 103
62	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเวลาในการมาซื้อ..... 104
63	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้แนะนำในการซื้อ..... 105
64	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการซื้อ..... 106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
65	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	107
66	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	108
67	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเวลาในการมาซื้อ.....	109
68	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้แนะนำในการซื้อ.....	110
69	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการซื้อ.....	111
70	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	112
71	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	113
72	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเวลาในการมาซื้อ.....	114
73	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้แนะนำในการซื้อ.....	115
74	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการซื้อ.....	116
75	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	117
76	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	118
77	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเวลาในการมาซื้อ.....	119
78	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้แนะนำในการซื้อ.....	120
79	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลในการซื้อ.....	121
80	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	122
81	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	123
82	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเวลาในการมาซื้อ.....	124
83	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับผู้แนะนำในการซื้อ.....	125
84	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับเหตุผลในการซื้อ.....	126
85	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	127
86	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง.....	128
87	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับเวลาในการมาซื้อ.....	129
88	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อ ความสำคัญในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา กับ ระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุ ก่อสร้างในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
89	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	132

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
2 แผนที่อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	14
3 แผนที่อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	22