

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ.....	ค
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ประวัติความเป็นมาของกลองเอกราช.....	8
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	18
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	19
ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	19
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4 (ต่อ)	ตอนที่ 9 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้า ต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราชกับระดับการตัดสินใจซื้อ กลองเอกราชของลูกค้า.....	137
	ตอนที่ 10 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ซื้อกลองเอกราช.....	139
5	ผลสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	141
	สรุปผลการวิจัย.....	141
	อภิปรายผล.....	142
	ข้อเสนอแนะ.....	145
	บรรณานุกรม.....	147
	ภาคผนวก.....	152
	ประวัติย่อผู้วิจัย.....	162

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอ่างทองและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	43
2	จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า.....	48
3	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	50
4	จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	51
5	จำนวนและร้อยละของประเภทของกลอง.....	52
6	จำนวนและร้อยละของราคาที่ซื้อต่อครั้ง.....	53
7	จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.....	54
8	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราช ด้านการวางแผน.....	55
9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราช ด้านการจัดองค์การ.....	56
10	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราช ด้านการจูงใจ.....	57
11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราช ด้านการควบคุมคุณภาพ.....	58
12	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของหมู่บ้านกลองเอกราช ในภาพรวม.....	59
13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อกลองเอกราชของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์.....	60
14	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อกลองเอกราชของลูกค้าด้านราคา.....	61
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อกลองเอกราชของลูกค้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	62
16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อกลองเอกราชของลูกค้าด้านการส่งเสริมการตลาด.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจที่ออกแถลงการณ์ ของลูกค้าในภาพรวม.....	64
18	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามเพศ.....	65
19	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามอายุ.....	66
20	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน จำแนกตามอายุ.....	67
21	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจัดองค์การ จำแนกตามอายุ.....	68
22	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจูงใจ จำแนกตามอายุ.....	69
23	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามอายุ.....	70
24	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
25	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	72
26	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจัดองค์การ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	72
27	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจูงใจ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
28	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
29	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ.....	74
30	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน จำแนกตามอาชีพ.....	75
31	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามอาชีพ.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	77
33	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	78
34	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจัดองค์การ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	79
35	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจูงใจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	80
36	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	81
37	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	82
38	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการวางแผน จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	83
39	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจัดองค์การ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	83
40	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการจูงใจ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	84
41	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า ด้านการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	84
42	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามเพศ.....	85
43	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามอายุ.....	86
44	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดหน่าย จำแนกตามอายุ.....	87
45	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ.....	87
46	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา.....	88
47	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
48	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา..... 89
49	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามระดับการศึกษา..... 90
50	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ..... 91
51	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ..... 92
52	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ..... 93
53	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ..... 94
54	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอาชีพ..... 95
55	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 96
56	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 97
57	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 98
58	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 99
59	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 100
60	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 100
61	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 101
62	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับ..... 103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ..... 104
64	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามเหตุผลในการ เลือกซื้อ..... 105
65	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ..... 106
66	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ..... 107
67	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามประเภทของกลอง.... 108
68	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของกลอง..... 109
69	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามประเภทของกลอง..... 110
70	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของกลอง..... 111
71	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามประเภทของกลอง..... 112
72	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามราคาที่ซื้อต่อครั้ง..... 113
73	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามราคาที่ซื้อต่อครั้ง..... 114
74	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.... 115
75	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อ..... 116
76	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อ..... 116
77	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อ..... 117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
78	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	118
79	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	119
80	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของกลอง.....	120
81	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	121
82	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.....	122
83	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	123
84	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของกลอง.....	124
85	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	125
86	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.....	126
87	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	127
88	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	128
89	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	129
90	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	130
91	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการเลือกซื้อ.....	131
92	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	132
93	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.....	133
94	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	134
95	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับราคาที่ยี่ต่อครั้ง.....	135
96	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนครั้งที่เคยซื้อ.....	136
97	วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการ ของหมู่บ้านกลองเอกราชกับระดับการตัดสินใจซื้อกลองเอกราชของลูกค้า.....	137
98	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่ยี่กลองเอกราช.....	138

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
2 หมู่บ้านทำกลอง บ้านปากน้ำ ตำบลเอกราช อำเภอป่าโมก จังหวัดอ่างทอง.....	158
3 การนำไม้มะม่วงมาใช้ทำกลอง.....	158
4 กลองยาว.....	159
5 กลองทัด.....	159
6 กลองชาตรี หรือ กลองตุ๊ก หรือ กลองปาที่.....	160
7 ตะโพนไทย/มอญ.....	160
8 รำมะนา.....	161