



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพประกอบ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	7
โครงสร้างตลาดวัสดุก่อสร้าง.....	7
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	17
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	22
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	22
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	35
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	35
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
การสุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล.....	41
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง.....	44
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง.....	50
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	59
อภิปรายผล.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	63
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	69
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	74



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ส่วนผสมคอนกรีตสำหรับงานต่างๆ.....	19
2 คำนีราคาวัสดุก่อสร้าง.....	26
3 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามเพศ.....	55
4 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามอายุ.....	55
5 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	56
6 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามอาชีพ.....	56
7 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	57
8 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	57
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านผลิตภัณฑ์.....	58
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านราคา.....	59
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	60
12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านการส่งเสริมการตลาด.....	61
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านบุคลากร.....	62
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำด้านกระบวนการ.....	63
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของลูกค้ำภาพรวมทั้ง6ด้าน.....	64
16 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามเพศ.....	65
17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ.....	66



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
19 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอาชีพ.....	68
20 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD proceduce ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับอาชีพ.....	69
21 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD proceduce ระหว่าง ด้านกระบวนการ กับ อาชีพ.....	70
22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	71
23 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	72



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
2 ส่วนผสมทางการตลาด.....	34