

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	5
แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)	6
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาในการศึกษา	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมืองสตูล	17
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ ตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้า วัสดุก่อสร้าง	76
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผล	81
ข้อค้นพบ	86
ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	
แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ	92
ประวัติผู้เขียน	100

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเภทของสินค้าที่เลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างไปใช้	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านที่เคยซื้อวัสดุก่อสร้าง	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านที่ชอบซื้อวัสดุก่อสร้างมากที่สุด	22
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการร้านค้าหากมีร้านค้าวัสดุก่อสร้างประเภทสมัยใหม่เช่นร้านโฮมโปรหรือร้านซีเมตไทยโฮมมาร์ท (ตามโฆษณาที่ท่านเคยเห็นผ่านทาง TV) ท่านจะไปใช้บริการหรือไม่	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ร้านวัสดุก่อสร้าง	24
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีชำระเงินในการซื้อสินค้า	25
17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	26
18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	27
19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	28
20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	29
21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล (People) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	30
22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical evidence)ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
23	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	32
24	สรุปส่วนประสมการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง	33
25	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	34
26	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างไปใช้ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	35
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	35
28	แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	36
29	แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	37
30	แสดงจำนวนและร้อยละของการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	37
31	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกใช้บริการร้านค้าหากมีร้านค้าวัสดุก่อสร้างประเภทสมัยใหม่เช่นร้านโฮมโปร หรือ ร้านซีเมตไทยโฮมมาร์ท (ตามโฆษณาที่ท่านเคยเห็นผ่านทาง TV) ท่านจะไปใช้บริการหรือไม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	38
32	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	39
33	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีชำระเงินในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	41
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	42
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	43
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	44
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	45
39 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	46
40 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามอายุ	47
41 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	48
42 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง ไปใช้ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	49
44 แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	50
45 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	51
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ	52
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการร้านค้าหากมีร้านค้าวัสดุก่อสร้างประเภทสมัยใหม่เช่นร้านโฮมโปรหรือร้านซีเมตไทยโฮมมาร์ท (ตามโฆษณาที่ท่านเคยเห็นผ่านทาง TV) ท่านจะไปใช้บริการหรือไม่	52
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง	53
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีชำระเงินในการซื้อสินค้า	54
50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	55
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	56
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53	58
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	
54	59
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	
55	60
แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	
56	61
แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามระดับการศึกษา	
57	62
แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
58	63
แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง ไปใช้ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
59	63
แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
60	64
แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
61	65
แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่สะดวกในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ	66
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการร้านค้าหากมีร้านค้าวัสดุก่อสร้างประเภทสมัยใหม่เช่นร้านโฮมโปรหรือร้านซีเมตไทยโฮมมาร์ท (ตามโฆษณาที่ท่านเคยเห็นผ่านทาง TV) ท่านจะไปใช้บริการหรือไม่	66
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้ร้านวัสดุก่อสร้าง	67
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีชำระเงินในการซื้อสินค้า	68
66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
71 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
72 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบ มากในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสตูล	76