

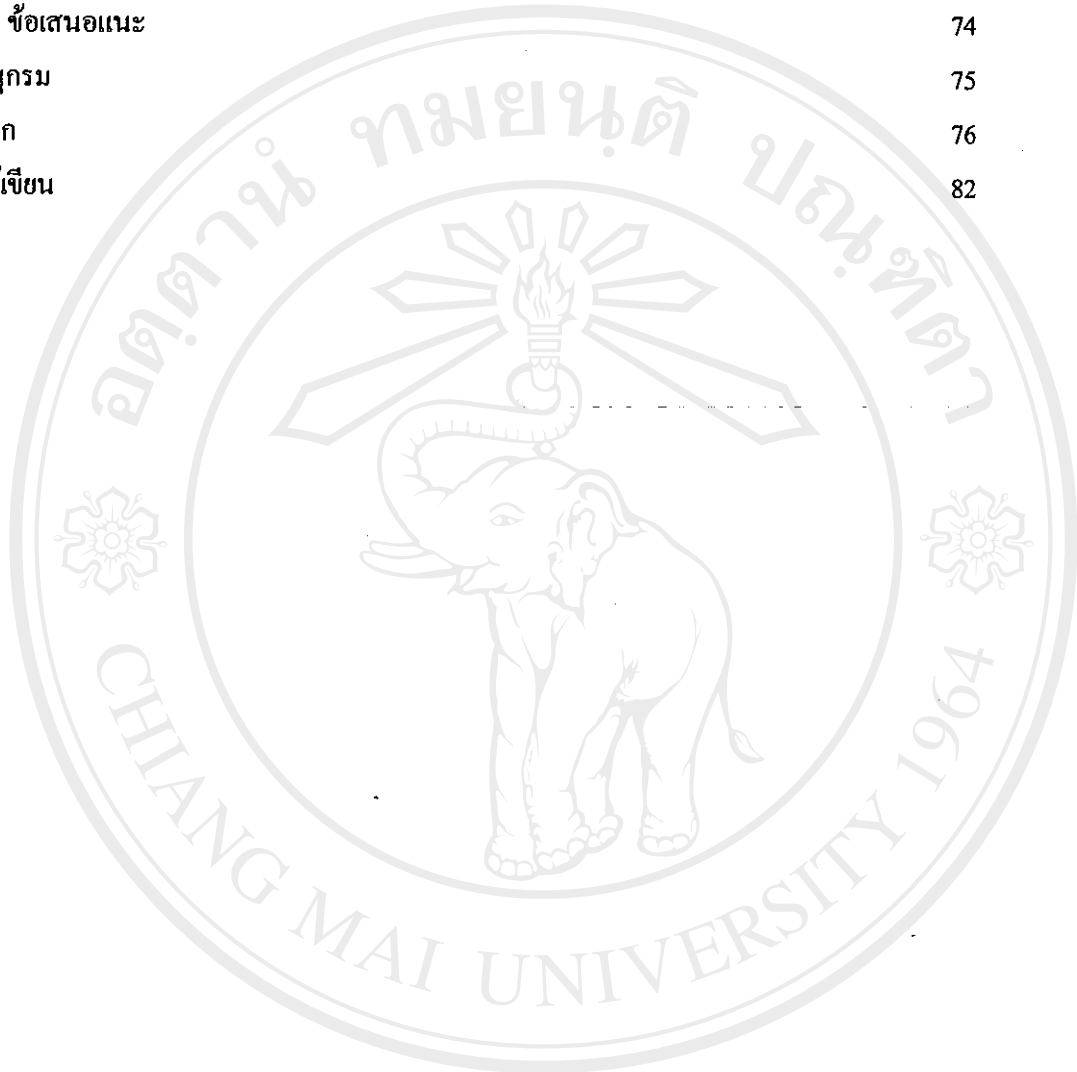
สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่จะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้า ช่วงในจังหวัดเชียงใหม่	12
ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ ของร้านค้าช่วงใน จังหวัดเชียงใหม่	18
ตอนที่ 3 ปัญหาของร้านค้าช่วงในการซื้อปูนซีเมนต์สูง	25
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการศึกษา	62

ณ

สารบัญ (ต่อ)

อภิปรายผล	69
ข้อค้นพบ	70
ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	76
ประวัติผู้เขียน	82



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ติดต่อจัดซื้อปูนซีเมนต์ถุง	14
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครายี่ห้อที่จัดซื้อปูนซีเมนต์ถุงเพื่อมาจำหน่าย	16
8	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ถุง	18
9	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ถุง	20
10	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางด้านสถานที่/การขนส่ง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ถุง	21
11	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ถุง	23
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์	25
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาทางด้านราคา	26
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาทางด้านสถานที่/การขนส่ง	27
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาทางด้านการส่งเสริมการตลาด	28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับรายได้ของร้านค้าช่วง	29
17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับแหล่งที่ร้านค้าช่วงติดต่อซื้อปูนซีเมนต์ดูง	30
18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับครายี่ห้อที่จัดซื้อปูนซีเมนต์ดูงมาจำหน่าย	31
19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ดูง	34
20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ดูง	35
21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัจจัยทางด้านสถานที่/การขนส่ง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ดูง	36
22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ดูง	37
23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์	38
24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัญหาทางด้านราคา	39
25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัญหาทางด้านสถานที่/การขนส่ง	40
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ร้านค้าช่วงดำเนินการกับปัญหาทางด้านส่งเสริมการตลาด	41
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแหล่งที่ร้านค้าช่วงติดต่อซื้อปูนซีเมนต์ดูง	42
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับครายี่ห้อที่จัดซื้อปูนซีเมนต์ดูงเพื่อมาจำหน่าย	44
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ดูง	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูง	50
31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยทางด้านสถานที่/การขนส่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูง	51
32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูง	53
33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์	55
34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัญหาทางด้านราคา	57
35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัญหาทางด้านสถานที่/การขนส่ง	58
36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัญหาทางการส่งเสริมการตลาด	60