

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	4
การตัดสินใจทางการตลาดของพ่อค้าปลีก	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	14
ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในการเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์เพื่อจำหน่าย	21
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างต่อส่วนประสม การตลาดของผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์เพื่อ จำหน่าย	34
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก(In Depth Interview)	37

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	46
การอภิปรายผล	52
ข้อค้นพบ	58
ข้อเสนอแนะ	58
ข้อจำกัดในการศึกษา	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก รูปกระเบื้องแบบต่างๆ	63
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	65
ภาคผนวก ค คำถามปลายเปิดเชิงลึก(In Depth Interview)	73
ประวัติผู้เขียน	74

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกรูปแบบธุรกิจของกิจการ	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกขนาดเงินลงทุนของกิจการในปัจจุบันโดยประมาณ	16
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	17
7	แสดงร้อยละของประเภทลูกค้าที่มาซื้อกระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์จากร้านค้า	17
8	แสดงร้อยละของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของยอดขายกระเบื้องดินเผาและซีเมนต์เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	18
10	แสดงร้อยละของแหล่งผลิตกระเบื้องดินเผาที่มีในร้านค้า	19
11	แสดงร้อยละของแหล่งผลิตกระเบื้องซีเมนต์ที่มีในร้านค้า	19
12	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องดินเผา ด้านผลิตภัณฑ์	21
13	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องดินเผา ด้านราคา	22
14	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญทางด้านราคา เรื่องระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้เครดิตแก่ร้านค้า	23
15	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องดินเผา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	24
16	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องดินเผา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	สรุปคะแนนด้านปัจจัยของกระเบื้องดินเผา	27
18	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องซีเมนต์ ด้านผลิตภัณฑ์	28
19	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องซีเมนต์ ด้านราคา	29
20	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญทางด้านราคา เรื่องระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้เครดิตแก่ร้านค้า	30
21	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องซีเมนต์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	31
22	แสดงข้อมูลปัจจัยของส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญของการเลือกซื้อกระเบื้องซีเมนต์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	33
23	สรุปคะแนนด้านปัจจัยของกระเบื้องซีเมนต์	34
24	สรุปคะแนนและเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์กระเบื้องดินเผาและกระเบื้องซีเมนต์เพื่อจำหน่าย	53
25	จัดอันดับปัจจัยของกระเบื้องดินเผาที่มีความสำคัญมากที่สุด 10 อันดับ	56
26	จัดอันดับปัจจัยของกระเบื้องซีเมนต์ที่มีความสำคัญมากที่สุด 10 อันดับ	57