

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ชื่อผู้เขียน

นายวิริยะ งามประเสริฐพงศ์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.เดช กาญจนางกูร

ประธานกรรมการ

ผศ.กัญญา กุณทีกาญจน์

กรรมการ

ผศ.ธงชัย ชูสุวรรณ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 200 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อทุกเพศ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้เลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น และผู้ซื้อทุกกลุ่มอายุ เลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ยกเว้น กลุ่มอายุ 20 - 30 ปีจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราอินทรีมากกว่าตราอื่น และกลุ่มอายุ 51 - 60 ปี จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียว มากกว่าตราอื่น รวมทั้งผู้ซื้อทุกกลุ่มอาชีพจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ยกเว้นผู้รับเหมาและช่างจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียวมากกว่าตราอื่น

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม สูงสุดคือ ปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต ปัจจัยด้านการให้บริการของร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคลผู้แนะนำให้เลือกซื้อ ปัจจัยด้านคุณภาพและชื่อเสียงของตราปูนซีเมนต์ผสม และปัจจัยด้านการตลาดของปูนซีเมนต์ผสมตามลำดับ

Independent Study Title	Factors Affecting the Selection of Admixed Cement Brands of Purchasers in Muang District, Nakhon Sawan Province		
Author	Mr. Viriya Ngamprasertpong		
M. Econ.	Economics		
Examining Committee	Assoc. Prof. Dr. Decha	Karnjanangkura	Chairperson
	Asst. Prof. Kanya	Kunthikan	Member
	Asst. Prof. Thongchai	Shusuwan	Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to examine factors affecting the selection of admixed cement brands of purchasers in Muang district, Nakhon Sawan province. The research is conducted by using primary data derived from interviewing 200 samples who purchase the admixed cement in Muang district, Nakhon Sawan province.

The result of this independent study points out that purchasers of every gender, educational level and income level, prefer "Tiger" admixed cement to any other brands. Purchasers of all age groups except those who are between 20-30 prefer "Eagle" brand whereas "Green TPI" is the most popular among the samples whose ages ranging from 51-60. Purchasers with every career except contractors and admixed cement experts, choose to buy "Green TPI" more than any other brand.

As for factors affecting the decision to purchase admixed cement brands, the result demonstrates the following order of importance, price and sale condition, company's promotion, service provided by various shops or distributing agents, personal recommendation the quality and goodwill of the respectively brands, and marketing strategies.