

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	8
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบการวิจัย	
3.1 ประชากรและตัวอย่างของการวิจัย	17
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	18
3.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	20
4.2 การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม	28
4.3 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	
5.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ	46
5.2 ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก	51
ประวัติผู้เขียน	55

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ในประเทศไทยในช่วงเวลาต่างๆ (พ.ศ. 2458-2543)	3
1.2 ปริมาณการผลิต ความต้องการใช้ และปริมาณการขาด/เหลือ ปูนซีเมนต์ของประเทศไทย พ.ศ. 2530-2543	4
1.3 ส่วนแบ่งตลาดสินค้าปูนซีเมนต์ชนิดผสมในจังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ.2541-2544 (ม.ค - มี.ค)	6
4.1 เพศของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	20
4.2 อายุของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	21
4.3 ระดับการศึกษาของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	22
4.4 อาชีพของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	22
4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม	23
4.6 ลักษณะการได้สินเชื่อในการซื้อปูนซีเมนต์ผสม	24
4.7 จำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่ซื้อในแต่ละครั้ง	24
4.8 การเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม เพื่อไว้ใช้ในแต่ละครั้ง	25
4.9 ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง	26
4.10 การเลือกใช้ตราปูนซีเมนต์ผสมในอดีต	26
4.11 การเลือกใช้ตราปูนซีเมนต์ผสมที่กำลังใช้ในการก่อสร้างปัจจุบัน	27
4.12 ปัจจัยที่มีจูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสม	28
4.13 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามเพศของผู้ซื้อ	29
4.14 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามอายุของผู้ซื้อ	30
4.15 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการศึกษาของผู้ซื้อ	31
4.16 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามอาชีพของผู้ซื้อ	32
4.17 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของผู้ซื้อ	33
4.18 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามลักษณะการได้รับสินเชื่อของผู้ซื้อ	34
4.19 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามจำนวนปูนซีเมนต์ที่ซื้อต่อครั้ง	35
4.20 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะเวลาการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม	36
4.21 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง	37

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.22 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการซื้อปูนซีเมนต์ผสมในอดีตของผู้ซื้อ	38
4.23 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม	39
4.24 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม	40
4.25 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัทที่มีผลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม	41
4.26 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม	42
4.27 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต	43
4.28 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการของร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	44
4.29 สรุปคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม	45