

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	4
แนวความคิดความพึงพอใจ	4
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายปูนซีเมนต์สูงของธุรกิจปูนซีเมนต์	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการศึกษา	12

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของร้านค้าช่วงที่จำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาดในการซื้อปูนซีเมนต์ของตัวแทนจำหน่ายในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าช่วง จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์และรายได้รวมของกิจการ	31
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	59
สรุปผลการศึกษา	59
อภิปรายผล	63
ข้อค้นพบ	64
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	75
ภาคผนวก ก	76
ภาคผนวก ข	82
ประวัติผู้เขียน	93

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	14
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้รวมของกิจการเฉลี่ยต่อเดือน	15
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของกิจการ	16
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในสถานประกอบการ	16
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	17
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูง	17
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราयीหือปูนซีเมนต์สูงที่ร้านค้าช่วงเลือกซื้อ	18
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อปูนซีเมนต์สูงจากตัวแทนจำหน่ายของสถานประกอบการ	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อปูนซีเมนต์สูงจากตัวแทนจำหน่าย	20
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	21
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	23

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
14	25
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
15	27
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	
16	30
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	
17	31
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	
18	33
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	
19	35
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	
20	37
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	
21	40
แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง	
22	41
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ	
23	43
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ	
24	45
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ	
25	47
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ	

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปีจัยส่วนประสม ทางการตลาดจำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ	50
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	52
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคา	53
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	54
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด	55
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความต้องการสื่อในการแจ้งข้อมูล	57
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อภาพลักษณ์ของตัวแทนจำหน่าย ปูนซีเมนต์ถูตราอินทรีเทียบกับตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอื่น	57
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าจาก ตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถูตราอินทรี	58
34 แสดงความพึงพอใจของร้านค้าช่วงอันดับแรกของแต่ละปีจัยย่อยในส่วนประสม ทางการตลาด	65
35 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปีจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงตามลำดับมาก น้อย และปัญหาต่อปีจัยส่วนประสมทางการตลาด	69

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

- | | | |
|---|---|---|
| 1 | โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายปูนซีเมนต์สูงของธุรกิจปูนซีเมนต์ | 8 |
| 2 | ผลตอบแทน บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าช่วง | 9 |



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved