

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษา	15
วิธีการศึกษา	16
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	17
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	18
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	29
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	40
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	63
สรุปผลการศึกษา	63
อภิปรายผล	73
ข้อค้นพบ	79
ข้อเสนอแนะ	83
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	88
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์	99
ประวัติผู้เขียน	143

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	20
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	21
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	22
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	23
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	24
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	25
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตการปกครองของที่อยู่อาศัย	26
10 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับบริการล่าสุด	27
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่รับบริการจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด	28
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด	28
13 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดงจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก	29
14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้า และบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคาของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	34
16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	36
17 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	38
18 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอหางดง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก	40
19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	41
20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	45
21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	47
22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงผลความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	53
24	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	55
25	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการมีระบบรับคืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	57
26	แสดงผลความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	59
27	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา เรื่องการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	61
28	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา เรื่องการมีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	99
29	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงผลความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	102
31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	103
32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	105
33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	106
34 แสดงผลความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	107
35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
ง	๑
36	110
<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	
37	111
<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	
38	112
<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	
39	113
<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	
40	115
<p>แสดงผลระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	
41	116
<p>แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน</p>	

สารบัญตาราง (ต่อ)

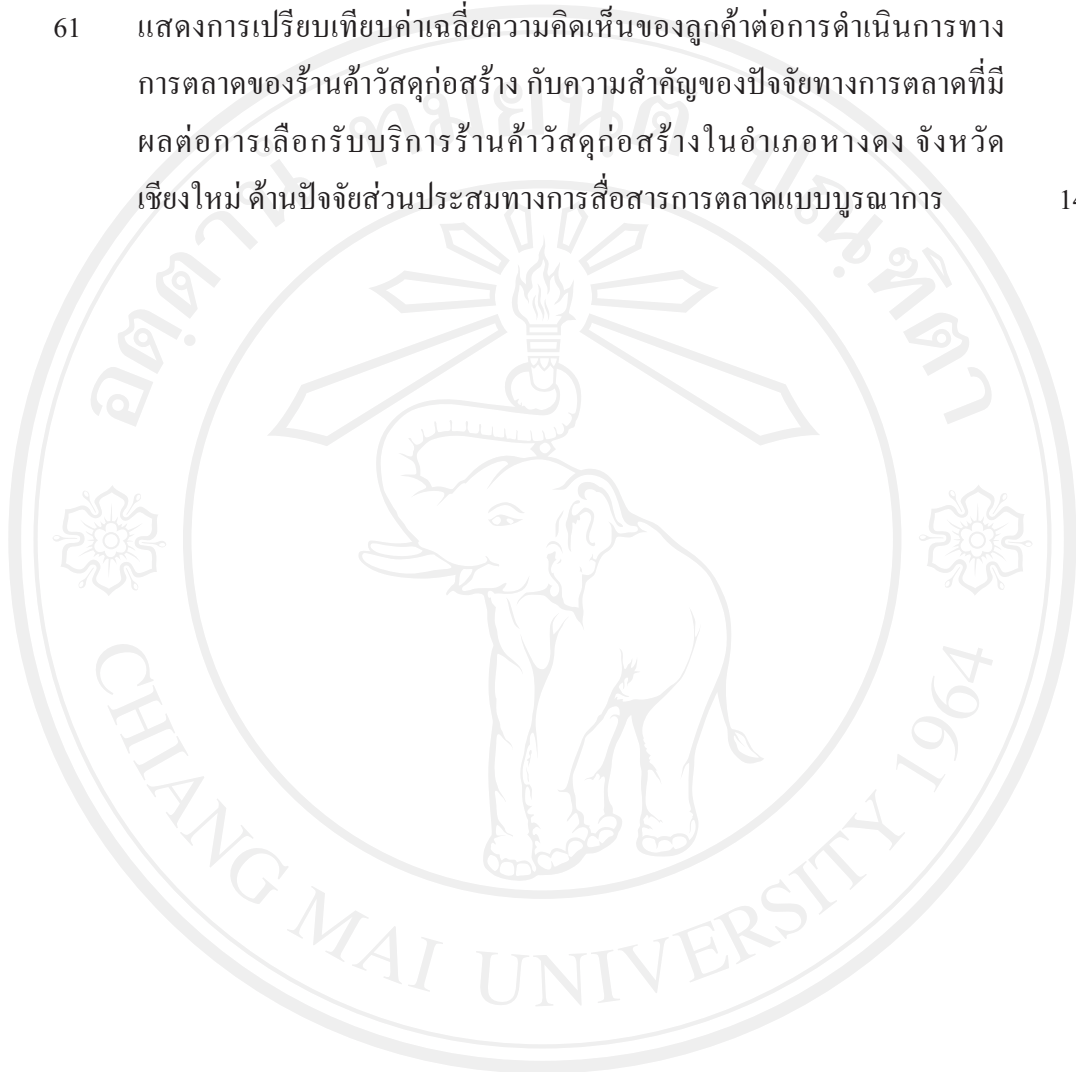
ตาราง	หน้า
42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	117
43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการมีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	118
44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการมีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	119
45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดี ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	120
46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ เรื่องการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	123
47 แสดงผลระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	124
48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา เรื่องการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
49	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	126
50	แสดงผลระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	127
51	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	128
52	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	129
53	แสดงผลระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	131
54	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่าเสมอ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	132

ตาราง	หน้า	
55	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	133
56	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กับระดับรายได้ที่แตกต่างกัน	136
57	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	137
58	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ	138
59	แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา	140
60	แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	141

ตาราง	หน้า
<p>61 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</p>	142



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

รูป	หน้า
1 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	53
2 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ	55
3 กราฟแสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา	57
4 กราฟแสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า	59
5 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	61