

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งผลการศึกษาเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน เขตที่พักอาศัย ร้านค้าที่เลือกใช้ บริการล่าสุด มูลค่าสินค้าและบริการที่รับบริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด เหตุผลที่ใช้บริการ และสินค้าหรือบริการที่เลือกรับจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง แสดงในตารางที่ 1 - 12

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เลือกรับบริการว่าร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีผลอย่างไรในสายตาของลูกค้า แสดงในตารางที่ 13 - 17

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ แสดงในตารางที่ 18 - 22

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ แสดงในตารางที่ 23 - 27

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	190	49.5
หญิง	194	50.5
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.5 นอกนั้นเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	11	2.9
20-25 ปี	44	11.5
25 ปีขึ้นไป-30 ปี	111	28.9
30 ปีขึ้นไป-40 ปี	125	32.6
40 ปีขึ้นไป	93	24.2
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมาช่วงอายุ 25 ปีขึ้นไป- 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	80	20.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	107	27.9
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	57	14.8
ปริญญาตรี	121	31.5
สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.9
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 27.9 และการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	119	31
แต่งงาน	217	56.5
หย่าหรือแยกกันอยู่	25	6.5
หม้าย	23	6
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 31 และสถานภาพหย่าหรือแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	54	14.1
5,001-10,000 บาท	106	27.6
10,001-15,000 บาท	57	14.8
15,001-20,000 บาท	86	22.4
20,001-25,000 บาท	31	8.1
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	50	13
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.4 และระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38	9.9
ข้าราชการ	56	14.6
พนักงานบริษัทเอกชน	67	17.4
เจ้าของกิจการ	43	11.2
เกษตรกร	44	11.5
ลูกจ้าง	118	30.7
รับจ้างทั่วไป	14	3.6
แม่บ้าน	1	0.3
นักเรียน/นักศึกษา	3	0.8
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากประกอบอาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุ ก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัด เชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	55	14.3
1,001-2,000 บาท	46	12
2,001-3,000 บาท	39	10.2
3,001-4,000 บาท	62	16.1
4,001-5,000 บาท	37	9.6
มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป	145	37.8
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มูลค่ามากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมามูลค่า 3,001-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.1 และมูลค่าต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
วัสดุก่อสร้างพื้นฐาน เช่น หิน ทราย	166	12.65	3
ปูนซีเมนต์	200	15.24	1
อิฐ บล็อก	174	13.26	2
เหล็ก	116	8.84	6
กระเบื้องปูพื้น	133	10.14	4
สี	123	9.38	5
สุขภัณฑ์	89	6.78	7
สังกะสี กระเบื้องมุงหลังคา	77	5.87	9
ตะปู ลวด	78	5.95	8
อุปกรณ์ไฟฟ้า	78	5.95	8
อุปกรณ์ประปา	75	5.72	10
อุปกรณ์ช่าง เช่น เลื่อยตัดเหล็ก ถัง จอบ	1	.08	11
ฝ้าเพดาน	1	.08	11
บานพับ	1	.08	11
รวม	1,312	100.00	

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้เข้ามาทำการซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการซื้อสินค้าประเภทปูนซีเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 15.24 รองลงมาประเภทอิฐ บล็อก คิดเป็นร้อยละ 13.26 และประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน เช่น หิน ทราย คิดเป็นร้อยละ 12.65

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตการปกครองของที่อยู่อาศัย

เขตการปกครองที่ผู้ตอบแบบสอบถามพักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
เทศบาลตำบลหนองตอง	57	14.8
เทศบาลตำบลหางดง	39	10.2
องค์การบริหารส่วนตำบลหารแก้ว	28	7.3
องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหวน	62	16.1
องค์การบริหารส่วนตำบลสันผักหวาน	31	8.1
องค์การบริหารส่วนตำบลหางดง	22	5.7
องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแก้ว	7	1.8
องค์การบริหารส่วนตำบลขุนคอง	12	3.1
องค์การบริหารส่วนตำบลสบแม่ข่า	26	6.8
องค์การบริหารส่วนตำบลหนองควาย	38	9.9
องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านปง	19	4.9
องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำแพร่	43	11.2
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากได้พักอาศัยอยู่ในเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหวน คิดเป็นร้อยละ 16.1 รองลงมาคือ เขตเทศบาลตำบลหนองตอง คิดเป็นร้อยละ 14.8 และเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำแพร่ คิดเป็นร้อยละ 11.2

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ
ล่าสุด

ร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ ล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเอกพาณิชย์ หนองควาย	8	2.1
ร้านเพชร บัวเรียว หนองควาย	5	1.3
ร้านจิตรพาณิชย์ หนองควาย	6	1.6
หจก.ยอดคอย คอนเทค หนองควาย	7	1.8
ร้านกลุ่มเกษม หนองควาย	30	7.8
ร้านป.ปิยวัสดุก่อสร้าง หนองควาย	17	4.4
ร้านภัทราวดีพาณิชย์ น้ำแพร่	47	12.2
ร้านพรนิภาค้าวัสดุ น้ำแพร่	21	5.5
ร้านชัยเจริญค้าวัสดุ ทต.หางดง	87	22.7
ลานทรายป่าตาล สันผักหวาน	17	4.4
ร้านอิฐศรีวิไลย์ สันผักหวาน	21	5.5
ท่าทรายลักษ์มี สบแม่ข่า	26	6.8
ร้านพริดา หารแก้ว	27	7
หจก.จกกลพาณิชย์ หนองพัฒนา	59	15.4
ร้าน ด.พาณิชย์ สันผักหวาน	1	0.3
ร้านเอี่ยมสิ่งพาณิชย์ บ้านแหวน	2	0.5
ร้านรุ่งอรุณ ทต.หางดง	2	0.5
ร้านชุ่มใจซีเมนต์บล็อก หนองตอง	1	0.3
รวม	384	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกใช้บริการจากร้านชัยเจริญค้าวัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือ หจก.จกกลพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และร้านภัทราวดีพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่รับบริการจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด

ระยะเวลาที่รับบริการจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน6เดือนที่ผ่านมา	74	19.3
6เดือน-1ปี	112	29.2
1ปีขึ้นไป-1ปี6เดือน	83	21.6
1ปี6เดือน-2ปี	115	29.9
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุดในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมาคือระยะเวลา 6 เดือน - 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.2 และระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป - 1 ปี 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุด

เหตุผลที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ปรับปรุง-ต่อเติมบ้าน	160	41.7
ซ่อมแซม	171	44.5
สร้างบ้านใหม่	53	13.8
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าเพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาเพื่อปรับปรุง-ต่อเติมบ้าน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และเพื่อสร้างบ้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 13.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุ
ก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 13 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด
ของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดงจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก

ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก (Retail Mix)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	3.94	เห็นด้วยมาก	1
ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	3.92	เห็นด้วยมาก	2
ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	3.91	เห็นด้วยมาก	3
ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการ ตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	3.84	เห็นด้วยมาก	4

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด, 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 - 3.40 เฉยๆ, 1.81 - 2.60 ไม่เห็นด้วย, 1.00 - 1.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 13 สรุปค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของ
ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดงจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกโดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ย
ในระดับเห็นด้วยมาก สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ
(Goods and Service Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.94 ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix) ค่าเฉลี่ยรวม
3.92 ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.91 และ
ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication
Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมสินค้า และบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง เป็นร้านที่มี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคน ทั่วไป	82	193	102	7	-	3.91	7
	21.35	50.26	26.56	1.82		(เห็นด้วยมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างมี การนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมา จัดจำหน่าย	64	238	75	7	-	3.93	5
	16.67	61.98	19.53	1.82		(เห็นด้วยมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มี สินค้าให้เลือกหลากหลาย ชนิด	99	219	53	13	-	4.05	1
	25.78	57.03	13.8	3.39		(เห็นด้วยมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มี สินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับราคา	87	216	62	16	3	3.96	3
	22.66	56.25	16.15	4.17	0.78	(เห็นด้วยมาก)	
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มี การจัดวางสินค้าแยกเป็น หมวดหมู่ชัดเจน	89	203	78	10	4	3.95	4
	23.18	52.86	20.31	2.6	1.04	(เห็นด้วยมาก)	

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ	73	239	51	16	5	3.93	5
	19.01	62.24	13.28	4.17	1.3	(เห็นด้วยมาก)	
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด	61	236	71	14	2	3.89	8
	15.89	61.46	18.49	3.65	0.52	(เห็นด้วยมาก)	
8.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ	71	247	45	19	2	3.95	4
	18.49	64.32	11.72	4.95	0.52	(เห็นด้วยมาก)	
9.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีทีสินค้ามีปัญหา	105	194	60	21	4	3.98	2
	27.34	50.52	15.63	5.47	1.04	(เห็นด้วยมาก)	
10.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดี	63	234	64	19	4	3.87	9
	16.41	60.94	16.67	4.95	1.04	(เห็นด้วยมาก)	

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
11.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลา และถูกต้อง	83	227	53	19	2	3.96	3
	21.61	59.11	13.8	4.95	0.52	(เห็นด้วยมาก)	
12.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	71	231	65	13	4	3.92	6
	18.49	60.16	16.93	3.39	1.04	(เห็นด้วยมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.94 (เห็นด้วยมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด, 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 - 3.40 เฉยๆ, 1.81 - 2.60 ไม่เห็นด้วย, 1.00 - 1.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 14 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านข้าวสุกก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ร้านขายข้าวสุกก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 4.05) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้างมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้างมีการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายและร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.92) ร้านขายข้าวสุกก่อสร้างในอำเภอหางดง เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรื่องร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเรื่องร้านขายข้าวสุกก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคาของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	99	221	52	11	1	4.06	1
	25.78	57.55	13.54	2.86	0.26	(เห็นด้วยมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	74	225	54	25	3	3.89	3
	19.27	58.59	14.84	6.51	0.78	(เห็นด้วยมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด เป็นประจำ	105	198	65	13	3	4.01	2
	27.34	51.56	16.93	3.39	0.78	(เห็นด้วยมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	74	197	86	22	5	3.82	4
	19.27	51.3	22.4	5.73	1.3	(เห็นด้วยมาก)	
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร	54	234	72	18	6	3.81	5
	14.06	60.94	18.75	4.69	1.56	(เห็นด้วยมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (เห็นด้วยมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด, 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 - 3.40 เฉยๆ, 1.81 - 2.60 ไม่เห็นด้วย, 1.00 - 1.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 15 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด เป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.82) และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ทําให้บริการล่าสุด มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านี่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อ สินค้า	77	247	45	14	1	4	1
	20.05	64.32	11.72	3.65	0.26	(เห็นด้วยมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสถานที่จอดรถไว้ บริการ สะดวกสบาย	63	231	79	9	2	3.9	4
	16.41	60.16	20.57	2.34	0.52	(เห็นด้วยมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดร้านไว้อย่างเป็น ระเบียบ และสะอาด	62	251	50	19	2	3.92	2
	16.15	65.36	13.02	4.95	0.52	(เห็นด้วยมาก)	
4.ป้ายชื่อร้านขายวัสดุ ก่อสร้าง ที่สามารถ สังเกตเห็นได้ง่าย และ มองเห็นได้ชัดเจน	59	233	79	11	2	3.88	5
	15.36	60.68	20.57	2.86	0.52	(เห็นด้วยมาก)	

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน	57	244	58	22	3	3.86	7
	14.84	63.54	15.1	5.73	0.78	(เห็นด้วยมาก)	
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา	85	206	70	18	5	3.91	3
	22.14	53.65	18.23	4.69	1.3	(เห็นด้วยมาก)	
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี	68	225	69	16	6	3.87	6
	17.71	58.59	17.97	4.17	1.56	(เห็นด้วยมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.91 (เห็นด้วยมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด, 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 - 3.40 เฉยๆ, 1.81 - 2.60 ไม่เห็นด้วย, 1.00 - 1.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 16 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสถานที่จอดรถไว้บริการ สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ

เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การแจกใบปลิวเกี่ยวกับ โปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้า รับทราบ อย่างครบถ้วน สม่ำเสมอ	58	216	82	20	8	3.77	5
	-15.1	-56.25	-21.35	-5.21	-2.08	(เห็นด้วยมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การให้ของแถมลูกค้า อยู่เป็น ประจำ เช่น เสื้อ	87	181	88	21	7	3.83	3
	-22.66	-47.14	-22.92	-5.47	-1.82	(เห็นด้วยมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัด สินค้าขายเป็นชุดในราคา พิเศษ	68	203	84	23	6	3.79	4
	-17.71	-52.86	-21.88	-5.99	-1.56	(เห็นด้วยมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การแจ้งข่าวสารทาง การตลาด ให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับ ราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ	54	226	74	23	7	3.77	5
	-14.06	-58.85	-19.27	-5.99	-1.82	(เห็นด้วยมาก)	
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี	56	221	80	25	2	3.79	4
	-14.58	-57.55	-20.83	-6.51	-0.52	(เห็นด้วยมาก)	

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้ำได้อย่างชัดเจน	87	222	63	9	3	3.99	1
	22.66	57.81	16.41	2.34	0.78	(เห็นด้วยมาก)	
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย	60	239	74	10	1	3.9	2
	15.63	62.24	19.27	2.6	0.26	(เห็นด้วยมาก)	
8.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี	65	234	70	11	4	3.9	2
	16.93	60.94	18.23	2.68	1.04	(เห็นด้วยมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.84 (เห็นด้วยมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด, 3.41 - 4.20 เห็นด้วยมาก, 2.61 - 3.40 เฉยๆ, 1.81 - 2.60 ไม่เห็นด้วย, 1.00 - 1.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 17 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก เรียงลำดับ ได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้ำได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้ำอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.83) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง

ที่มีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างครบถ้วน สม่่าเสมอ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจกการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 18 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอหางดง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก

ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก (Retail Mix)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	3.97	สำคัญมาก	2
ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	3.99	สำคัญมาก	1
ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	3.96	สำคัญมาก	3
ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	3.93	สำคัญมาก	4

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด, 3.41 - 4.20 สำคัญมาก, 2.61 - 3.40 ปานกลาง, 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย, 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 สรุปค่าเฉลี่ยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอหางดง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.99 ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.97

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.96 และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสม สินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญมาก ที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ชื่อเสียงของร้านขาย วัสดุก่อสร้าง	68	213	91	11	1	3.87	11
	17.71	55.47	23.7	2.86	0.26	(สำคัญมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่นำสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมาจัดจำหน่าย	59	226	91	7	1	3.87	11
	15.36	58.85	23.7	1.82	0.26	(สำคัญมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่มีสินค้าให้เลือก หลากหลายชนิด	75	230	61	18	-	3.94	9
	19.53	59.9	15.89	4.69		(สำคัญมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่มีสินค้าให้เลือก หลากหลายระดับราคา	100	216	59	6	3	4.05	2
	26.04	56.25	15.36	1.56	0.78	(สำคัญมาก)	
5.การจัดวางสินค้าแยก เป็นหมวดหมู่ชัดเจน	90	225	53	15	1	4.01	4
	23.44	58.59	13.8	3.91	0.26	(สำคัญมาก)	

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
6.การส่งมอบสินค้าที่มี คุณภาพ	88	220	60	10	6	3.97	7
	22.92	57.29	15.63	2.6	1.56	(สำคัญมาก)	
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การส่งมอบสินค้าตาม ระยะเวลาที่กำหนด	71	248	46	13	6	3.95	8
	18.49	64.58	11.98	3.39	1.56	(สำคัญมาก)	
8.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี สินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อ ลูกค้าต้องการ	75	238	50	16	5	3.94	9
	19.53	61.98	13.02	4.17	1.3	(สำคัญมาก)	
9.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี ระบบรับ-คืนสินค้าหรือ แลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามี	112	193	53	19	7	4	5
	29.17	50.26	13.8	4.95	1.82	(สำคัญมาก)	
10.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี บริการส่งสินค้า	78	227	55	18	6	3.92	10
	20.31	59.11	14.32	4.69	1.56	(สำคัญมาก)	

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
11.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การรับฟังปัญหาและให้ คำปรึกษาแก่ลูกค้า	91	242	39	10	2	4.07	1
	23.7	63.02	10.16	2.6	0.52	(สำคัญมาก)	
12.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การส่งสินค้าตรงตามเวลา และถูกต้อง	83	237	52	12	-	4.02	3
	21.61	61.72	13.54	3.13		(สำคัญมาก)	
13.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี ขั้นตอนในการชำระเงินที่ ถูกต้องและรวดเร็ว	67	254	50	13	-	3.98	6
	17.45	66.15	13.02	3.39		(สำคัญมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.97 (สำคัญมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด, 3.41 - 4.20 สำคัญมาก, 2.61 - 3.40 ปานกลาง, 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย, 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.05) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.02) เรื่องการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.01) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีที่ระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรื่องการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปาณิสรา จินดาศิลป์ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.95) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) และเรื่องชื่อเสียงของร้านขายวัสดุก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเรื่องสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักที่ร้านขายวัสดุก่อสร้างนำมาจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การตั้งราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพของสินค้า	101	212	49	14	2	4.06	1
	27.86	55.21	12.76	3.65	0.52	(สำคัญมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี ป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่าง ชัดเจนและถูกต้อง	75	235	56	17	1	3.95	5
	19.53	61.2	14.58	4.43	0.26	(สำคัญมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี ส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วย เงินสด	103	201	58	19	3	3.99	2
	26.2	52.34	15.1	4.95	0.78	(สำคัญมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ สามารถรับชำระเงินได้ หลากหลาย เช่น ชำระผ่าน บัตรเครดิตได้	83	229	55	13	6	3.96	4
	21.61	59.64	13.8	3.39	1.56	(สำคัญมาก)	
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การแจกแจงรายการสินค้าไว้ อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์ อักษรในใบเสร็จรับเงิน	80	235	53	13	3	3.98	3
	20.83	60.2	13.8	3.39	0.78	(สำคัญมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.99 (สำคัญมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด, 3.41 - 4.20 สำคัญมาก, 2.61 - 3.40 ปานกลาง, 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย, 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ สำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร ในใบเสร็จรับเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.98) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้า ไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า	78	229	62	12	3	3.96	4
	20.31	59.64	16.15	3.13	0.78	(สำคัญมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการ	69	237	60	13	5	3.92	6
	17.97	61.72	15.56	3.39	1.3	(สำคัญมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด	71	255	44	11	3	3.99	2
	18.49	66.41	11.46	2.86	0.78	(สำคัญมาก)	
4.ป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็น ได้ชัดเจน	67	255	47	14	1	3.97	3
	17.45	66.41	12.24	3.65	0.26	(สำคัญมาก)	

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญ
ของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ใน
อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการ กระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปาน กลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี ระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้ อย่างชัดเจนและแน่นอน	73 19.01	244 63.54	45 11.72	17 4.43	5 1.3	3.95 (สำคัญมาก)	5
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี การจัดวางสินค้าเป็น หมวดหมู่ และง่ายต่อการ ค้นหา	97 25.26	230 59.9	39 10.16	14 3.65	4 1.04	4.05 (สำคัญมาก)	1
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มี บริการระบบการสั่งซื้อ สินค้าทางโทรศัพท์	70 -18.23	229 59.64	57 -14.84	18 4.69	10 -2.6	3.86 (สำคัญมาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.96 (สำคัญมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด, 3.41 - 4.20 สำคัญมาก, 2.61 - 3.40 ปานกลาง,
1.81 - 2.60 สำคัญน้อย, 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าด้านปัจจัยส่วนการกระจายตัวสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา (ค่าเฉลี่ย 4.05) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.95) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ	90	224	51	17	2	4	1
	23.44	58.33	13.28	4.43	0.52	(สำคัญมาก)	
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจ็ก/แถม	99	201	63	15	3	3.99	2
	25.78	53.13	16.41	3.91	0.78	(สำคัญมาก)	
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ	78	218	70	16	2	3.92	4
	20.31	56.77	18.23	4.17	0.52	(สำคัญมาก)	
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิวทำป้ายผ้า	63	230	73	17	1	3.88	7
	16.41	59.9	19.01	4.43	0.26	(สำคัญมาก)	
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	60	243	62	17	2	3.89	6
	15.63	63.28	16.15	4.43	0.52	(สำคัญมาก)	

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

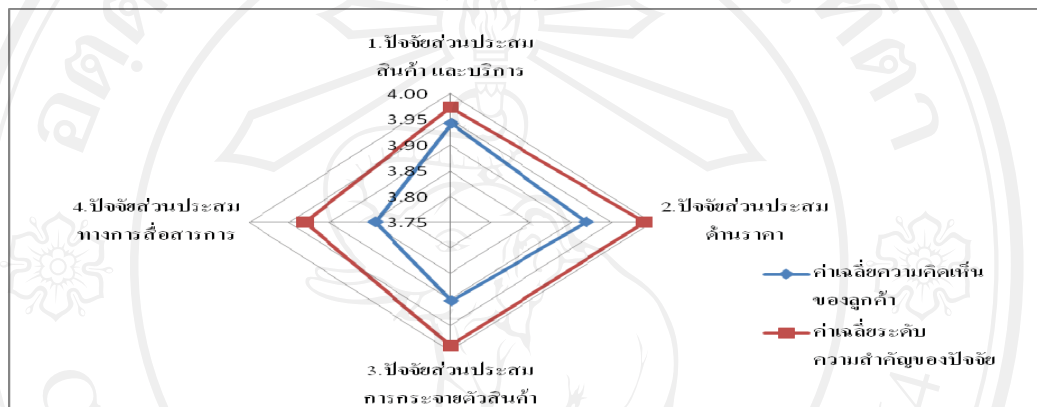
ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน	83	221	61	13	6	3.94	3
	21.61	57.55	15.89	3.39	1.56	(สำคัญมาก)	
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย	68	242	55	14	5	3.92	4
	17.71	63.02	14.32	3.65	1.3	(สำคัญมาก)	
8.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี	71	233	56	21	3	3.91	5
	18.49	60.68	14.58	5.47	0.78	(สำคัญมาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.93 (สำคัญมาก)	

หมายเหตุ ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด, 3.41 - 4.20 สำคัญมาก, 2.61 - 3.40 ปานกลาง, 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย, 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น โดยเฉลี่ยต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของ ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการ แจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรื่องร้านขาย วัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจ็ก/แถม (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรื่องร้าน ขยายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขาย วัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิว ทำป้ายผ้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 1 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่



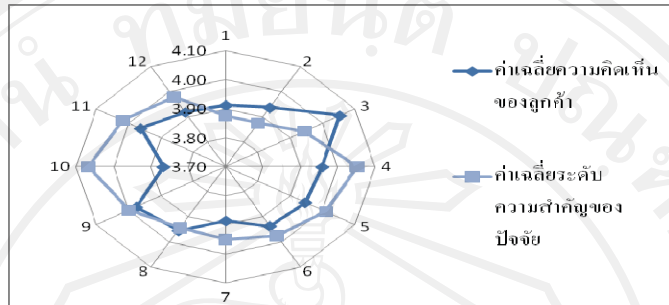
ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้า	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย	t value (t-test)	sig.
1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	3.94	3.97	-1.49	0.14
2. ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	3.92	3.99	-2.54	0.01*
3. ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	3.90	3.99	-3.14	0.00*
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	3.84	3.93	-3.62	0.00*

จากตารางที่ 23 จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในทุกปัจจัยในส่วน ประสมการค้ำปลีก ซึ่งสามารถเรียงลำดับผลต่างของปัจจัยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา และปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

และผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการ ดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมการ กระจายตัวสินค้า และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ภาพที่ 2 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ



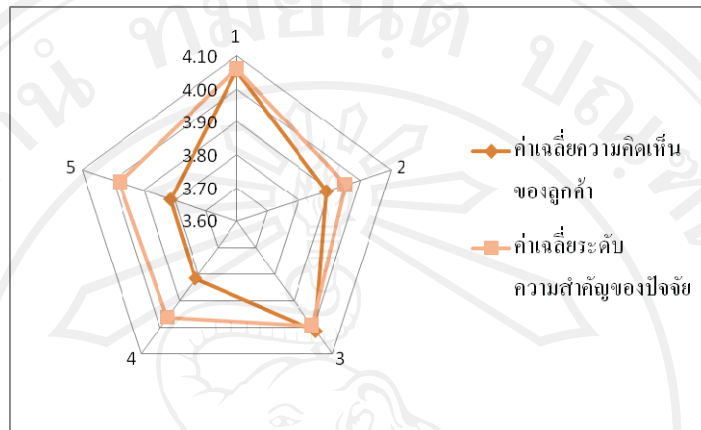
ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านำ	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย	t value (t-test)	sig.
1. ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.91	3.88	0.92	0.36
2. การนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่าย	3.93	3.87	1.64	0.10
3. การมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด	4.05	3.94	2.69	0.01*
4. การมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา	3.96	4.05	-2.19	0.03*
5. การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน	3.95	4.01	-1.61	0.11
6. การส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ	3.93	3.97	-0.90	0.37
7. การส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด	3.89	3.95	-1.61	0.11
8. การมีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ	3.95	3.94	0.24	0.81
9. การมีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา	3.98	4.00	-0.54	0.59
10. การมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี	3.87	4.07	-4.70	0.00*
11. การส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง	3.96	4.02	-1.43	0.15
12. การมีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	3.92	3.98	-1.56	0.12

จากตารางที่ 24 จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ด้านการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่าย ด้านชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และด้านการมีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดได้แก่ ด้านการมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา เรื่องการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เรื่องการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด เรื่องการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง เรื่องการมีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว เรื่องการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ เรื่องการมีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ตามลำดับ

และผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยย่อยของส่วนประสมสินค้าและบริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ด้านการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และด้านการมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดี

ภาพที่ 3 กราฟแสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา



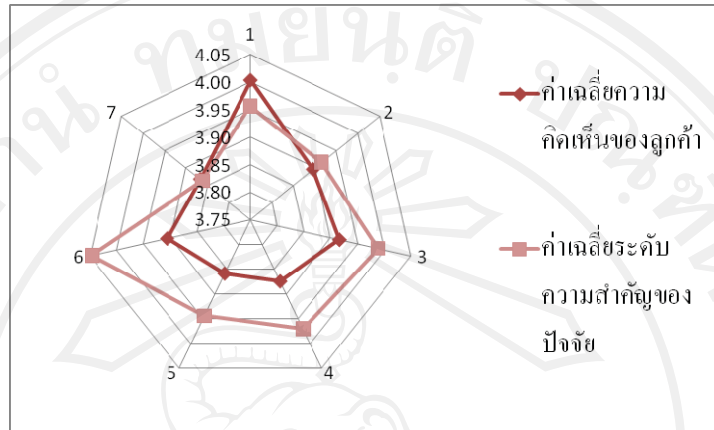
ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้า	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย	t value (t-test)	sig.
1. การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.06	4.06	-0.12	0.90
2. การมีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.89	3.95	-1.51	0.13
3. ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด	4.01	3.99	0.39	0.70
4. ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต	3.82	3.96	-3.19	0.00*
5. การแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน	3.81	3.98	-3.74	0.00*

จากตารางที่ 25 จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต และด้านการมีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน และถูกต้อง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด เท่ากันกับความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ เรื่องการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

และผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมราคา ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต และด้านการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน

ภาพที่ 4 กราฟแสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า



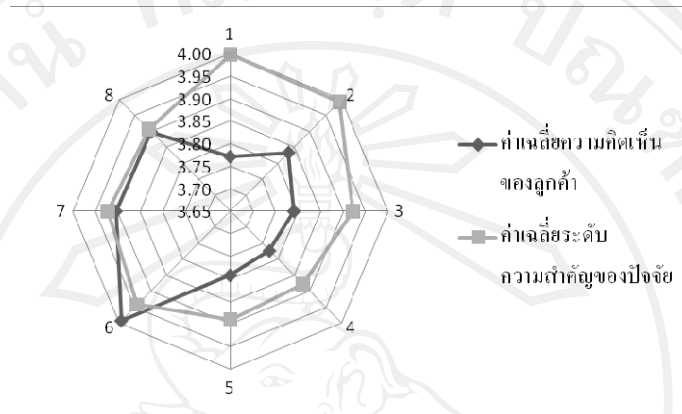
ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้า	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย	t value (t-test)	sig.
1.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้ามาซื้อสินค้า	4.00	3.96	1.17	0.24
2.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการสะดวกสบาย	3.90	3.92	-0.50	0.61
3.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด	3.92	3.99	-1.87	0.06
4.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน	3.88	3.97	-2.64	0.01*
5.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน	3.86	3.95	-2.14	0.03*
6.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา	3.91	4.05	-3.52	0.00*
7.ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี	3.87	3.86	0.13	0.90

จากตารางที่ 26 จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดีตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการสะดวกสบายตามลำดับ

และผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา

ภาพที่ 5 กราฟแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ



ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้า	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย	t value (t-test)	sig.
1.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่ำเสมอ	3.77	4.00	-5.11	0.00*
2.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ	3.83	3.99	-4.02	0.00*
3.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ	3.79	3.92	-3.20	0.00*
4.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ	3.77	3.88	-2.55	0.01*
5.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี	3.79	3.89	-2.60	0.01*
6.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน	3.99	3.94	1.10	0.27
7.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย	3.90	3.92	-0.46	0.65
8.ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี	3.90	3.91	-0.20	0.84

จากตารางที่ 27 จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับ โปร โมชันต่างๆ ให้ลูกค้านักค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่าเสมอ รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้านักค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุด ในราคาพิเศษ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้านักค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้าอย่างสม่าเสมอ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้านักค้าเป็นอย่างดี ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพเรียบร้อย และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ตามลำดับ

และผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้านักค้าได้อย่างชัดเจน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี