

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคำคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าปลีกทางออนไลน์ของร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคำคิดเห็นต่อการค้าปลีกงานด้านการตลาดในปัจจุบันของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่ลูกค้าใช้เลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย(End-user) ที่ได้อาศัยอยู่ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกตัวอย่างทางผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.5 นอกนั้นเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนมากมีช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมาช่วงอายุ 25 ปีขึ้นไป- 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.9 และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 27.9 และการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 31 และสถานภาพหย่าหรือแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ส่วนมากมีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาในระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.4 และระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากประกอบอาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.6 ซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง 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 ได้มีการซื้อสินค้าประเภทปูนซีเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 15.24 รองลงมาประเภทอิฐ บล็อก คิดเป็นร้อยละ 13.26 และประเภทวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน เช่น หิน ทราย คิดเป็นร้อยละ 12.65 ส่วนมากได้พักอาศัยอยู่ในเขตการปกครองของ

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหวน คิดเป็นร้อยละ 16.1 รองลงมาคือ เขตเทศบาลตำบลหนองตอง คิดเป็นร้อยละ 14.8 และเขตการปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำแพร่ คิดเป็นร้อยละ 11.2 ส่วนมากเลือกรับบริการจากร้านชัยเจริญค้าวัสดุ คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือ หจก.จกกลพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และร้านภัทราวดีพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างล่าสุดในระยะเวลา 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 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าเพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาเพื่อปรับปรุง-ต่อเติมบ้าน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และเพื่อสร้างบ้านใหม่ คิดเป็นร้อยละ 13.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ระดับเห็นด้วยมาก สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.94 ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.92 ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.91 และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.84 ตามลำดับ ในด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายและร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ร้านขายวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด และร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดีตามลำดับ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ทำน้ใช้บริการล่าสุด มีการแจกแจงรายการสินค้า

ไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ตามลำดับ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้าง อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ร้านขายวัสดุก่อสร้างมี การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสถานที่จอดรถไว้บริการ สะดวกสบาย ป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี และร้านขายวัสดุก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ตามลำดับ และในด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้า อยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปร โมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่าเสมอ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทาง การตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก คือ 3.94 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ค่าเฉลี่ยคือ 4.05 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ค่าเฉลี่ยคือ 3.98 ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 3.96 ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ค่าเฉลี่ยคือ 3.95 ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายและร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ยคือ 3.93 ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 ร้านขายวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ค่าเฉลี่ยคือ 3.91 ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ยคือ 3.89 และร้าน

ขายวัสดุก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยคือ 3.87 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคาของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.06 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด เป็นประจำ ค่าเฉลี่ยคือ 4.01 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 3.89 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ค่าเฉลี่ยคือ 3.82 และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ท่านใช้บริการล่าสุด มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ค่าเฉลี่ยคือ 3.81 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ (Physical Distribution Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.90 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้าง อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.00 ร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ค่าเฉลี่ยคือ 3.91 ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีสถานที่จอดรถไว้บริการ สะดวกสบาย ค่าเฉลี่ยคือ 3.90 ป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 3.88 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี ค่าเฉลี่ยคือ 3.87 และร้านขายวัสดุก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ค่าเฉลี่ยคือ 3.86 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ (Integrated Marketing Communication Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาด ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.84 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 3.99 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ค่าเฉลี่ยคือ 3.90 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้า อยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อผ้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.83 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยคือ 3.79 และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่าเสมอ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทาง การตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยคือ 3.77 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอหางดง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกโดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากสามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ 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 ในด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ตามลำดับ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีที่ระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีขั้นตอนในการชำระเงินที่

ถูกต้องและรวดเร็ว การส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการส่งสินค้า และชื่อเสียงของร้านขายวัสดุก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ และสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักที่ร้านขายวัสดุก่อสร้างนำมาจัดจำหน่าย ตามลำดับ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ตามลำดับ และในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจ็ก/แถม ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิว ทำป้ายผ้า ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

(Goods and Service Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก คือ 3.94 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.07 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ค่าเฉลี่ยคือ 4.05 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 4.02 การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 4.01 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ค่าเฉลี่ยคือ 4.00 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยคือ 3.98 การส่งมอบ

สินค้าที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ยคือ 3.97 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ค่าเฉลี่ยคือ 3.95 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ค่าเฉลี่ยคือ 3.94 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการส่งสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 และชื่อเสียงของร้านขายวัสดุก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักที่ร้านขายวัสดุก่อสร้างนำมาจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยคือ 3.87 ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก คือ 3. สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.06 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ค่าเฉลี่ยคือ 3.99 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ค่าเฉลี่ยคือ 3.98 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตได้ ค่าเฉลี่ยคือ 3.96 และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 3.95 ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนการกระจายตัวสินค้า ของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยคือ 3.96 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ค่าเฉลี่ยคือ 4.05 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ค่าเฉลี่ยคือ 3.99 ป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 3.97 ร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.96 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ค่าเฉลี่ยคือ 3.95 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการ ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยคือ 3.86 ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ การ (Integrated Marketing Communication Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก คือ 3.93 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยคือ 4.00 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจก/แถม ค่าเฉลี่ยคือ 3.99 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 3.94 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย ค่าเฉลี่ยคือ 3.92 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ค่าเฉลี่ยคือ 3.91 ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.89 และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิว ทำป้ายผ้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.88 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ในทุกปัจจัยในส่วนประสมการค้ำปลีก ซึ่งสามารถเรียงลำดับผลต่างของปัจจัยจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา และปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

ผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ด้านการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่าย ด้านชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และด้านการมีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านการมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา เรื่องการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เรื่องการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด เรื่องการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง เรื่องการมีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว เรื่องการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ เรื่องการมีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ตามลำดับ

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

เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต และด้านการมีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ตามลำดับ ส่วน

ปัจจัยย่อยที่ค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด เท่ากันกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ เรื่องการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมราคา ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงิน ได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต และด้านการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน

เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด คือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้าน ไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการสะดวกสบาย ตามลำดับ

ผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้าน ไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดในเกือบทุกปัจจัย ซึ่งในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดที่มากกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่างของค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาด ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้านักค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่าเสมอ รองลงมาคือ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้าอย่างสม่าเสมอ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพเรียบร้อย และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ตามลำดับ

ผลการทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยใช้ค่า t-test พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อค้นหปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และค้นหาความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการค้าดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถอภิปรายถึงประเด็นสำคัญที่เกิดจากการศึกษาได้ดังนี้

ระดับของปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญชัย ลีวณิชย์ (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรก คือปัจจัยส่วนประสมด้านราคา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรีดา โทธิสุวรรณ (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสวรรค์ ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธา เจียมพานทอง (2551) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาด ด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธา เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหาและไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิชชุดา จอมดวง (2550) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า

ด้านส่วนประสมด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยลำดับแรกคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธา เจียมพานทอง (2551) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ เรื่องกำหนด ราคามีความเป็นมาตรฐาน และเรื่องมีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ วิชชุดา จอมดวง (2550) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่

ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ เรื่องการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน

ด้านส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยลำดับแรกคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ลำดับต่อมาคือ เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจน และแน่นอน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถให้บริการ และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการส่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ ถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิา เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ เรื่องบรรยากาศภายในร้านดี สะดวกสบายเป็นกันเอง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิชชุตา จอมดวง (2550) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ เรื่องมีบริการส่งสินค้าส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน

ด้านส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยลำดับแรกคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจก/แถม ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิว ทำป้ายผ้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิา เจียมพานทอง (2551) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ เรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และไม่สอดคล้องกับ

การศึกษาของ วิชชุดา จอมดวง (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างของผู้บริโภคในอำเภอเงิน จังหวัดลำปาง ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับสำคัญมากเช่นเดียวกัน โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ เรื่องมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รองลงมาคือ เรื่องความรู้ในตัวสินค้าของพนักงาน และเรื่องเงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากในทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพ อนุรุทธิ์ เนตรศิริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก๊สสุภณัท อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางการตลาด ด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายและเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี ตามลำดับ สอดคล้องกับผล

การศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้าน ความหลากหลายของสินค้า

ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการ ดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย มากที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมา คือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด เป็นประจำ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชี ธนาคาร และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมราคา อยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การคิดป้ายราคา

ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมี การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสถานที่จอดรถไว้บริการ สะดวกสบาย ลำดับต่อมาคือ เรื่องป้ายชื่อร้าน ขายวัสดุก่อสร้าง ที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุ ก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุ ก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับกับผล การศึกษาของ นพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ด้านแสงสว่างภายในร้าน เป็นอันดับแรก

ด้านปัจจัยประสมการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหา ให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้า อยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขาย

วัสดุก่อสร้างที่มีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี ลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่ำเสมอ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทาง การตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของพนักงาน เป็นอันดับแรก

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดในทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี และเรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ซึ่งปัจจัยย่อยเหล่านี้เป็นเรื่องที่กิจการควรดำเนินการแก้ไข

ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต

ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน และด้านร้านขาย

วัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับ โปร โมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างครบถ้วน สม่าเสมอ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้าอย่างสม่าเสมอ ด้านร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

2. โดยในด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สูงที่สุด รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

ในด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า รองลงมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ลำดับต่อมาคือ การจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ลำดับต่อมาคือ การส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการ

ส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ และร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ลำดับต่อมาคือ ร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการส่งสินค้า ลำดับต่อมาคือ ด้านชื่อเสียงของร้านขายวัสดุก่อสร้างมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ และลำดับสุดท้ายคือ สินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักที่ร้านขายวัสดุก่อสร้างนำมาจัดจำหน่าย

ในด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ลำดับต่อมาคือ เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้างสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็น ได้ชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิดร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสถานที่จอดรถไว้บริการ และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์

ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น เสื้อแจ็กเก็ต/แถม ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดโปรโมชั่น เช่น จัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น มีการแจกแผ่นพับใบปลิว ทำป้ายผ้า

3. จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยให้ความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ลำดับต่อมาคือ ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

โดยในปัจจัยด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง ดำเนินการได้ดีและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุ

ก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระบบรับ-คืนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งสินค้าตรงตามเวลาและถูกต้อง ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสินค้าพร้อมขายเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการนำสินค้าที่มีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายและเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีขั้นตอนในการชำระเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการส่งมอบสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เป็นอย่างดีตามลำดับ

ในปัจจัยปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง ดำเนินการได้ดีและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีส่วนลดเมื่อชำระสินค้าด้วยเงินสด เป็นประจำ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายบอกราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง เช่น บัตรเครดิต โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ตามลำดับ

ในปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง ดำเนินการได้ดีและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวก ง่ายต่อการเข้ามาซื้อสินค้า รองลงมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบ และสะอาด ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้าง มีสถานที่จอดรถไว้บริการ สะดวกสบาย ลำดับต่อมาคือ เรื่องป้ายชื่อร้านขายวัสดุก่อสร้าง ที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีบริการระบบการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ที่ดี และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ตามลำดับ

ในปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง ดำเนินการได้ดีและมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า ได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ

เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถให้ข้อมูลและแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการให้ของแถม ลูกค้า อยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ลำดับต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นอย่างดี ลำดับสุดท้ายคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วน สม่ำเสมอ และเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการแจ้งข่าวสารทาง การตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

4. จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง กับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด สูงกว่าความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาด ในทุกปัจจัยในส่วนประสมการค้าปลีก โดยปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ด้านปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ แม้จะไม่มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่เมื่อพิสูจน์ลงไปในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า มีปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ที่พบว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าสูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัย แสดงให้เห็นว่าร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากมีการนำสินค้ามาให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลายชนิด เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้ายังไม่ค่อยมีสินค้าให้เลือกในหลายระดับราคา เรื่องการมีการรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้ายังไม่สามารถให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำที่ดีพอให้กับลูกค้าได้

ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้ายังมีช่องทางรับชำระเงินที่ค่อนข้างจำกัด เรื่องการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงินพบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าอาจจะยังไม่ได้บันทึกรายละเอียดการซื้อสินค้าของลูกค้าได้ละเอียดเพียงพอกับที่ลูกค้าต้องการได้

ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าส่วนใหญ่ยังมีป้ายบอกชื่อร้านที่ไม่ชัดเจน เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าส่วนใหญ่ยังเปิด-ปิดไม่เป็นเวลาแน่นอน เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าส่วนใหญ่ยังจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบพอ

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ ร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบอย่างครบถ้วน สม่าเสมอ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้ายังสื่อสารข้อความทางการตลาดไปยังลูกค้าน้อยเกินไป เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าไม่ค่อยให้ของแถมแก่ลูกค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าอาจจะยังไม่ค่อยจัดสินค้าเป็นชุดขายในราคาพิเศษเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า เช่น แจ้งการปรับราคาสินค้า อย่างสม่ำเสมอ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าอาจจะยังแจ้งข่าวสารทางการตลาดแก่ลูกค้าไม่เพียงพอ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้า แสดงให้เห็นว่าร้านค้าอาจจะยังเอาใจใส่ลูกค้าไม่เพียงพอกับที่ลูกค้าต้องการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการดำเนินการทางการตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ได้พบข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่สามารถนำมาปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมการค้าปลีก ให้กับร้านค้าวัสดุก่อสร้าง เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้สูงขึ้น ดังต่อไปนี้

ด้านส่วนประสมสินค้าและบริการ

ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ควรจะปรับปรุงในปัจจัย เรื่อง การรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี ดังนั้นร้านค้าวัสดุก่อสร้างควรที่จะกำชับกับพนักงานทุกคนให้มีหัวใจบริการ (Service Mind) เสมอ เรื่องต่อมาคือ เรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคา ดังนั้นทางร้านควรกำหนดนโยบายแนวระดับราคา (Price lining policy) คือ กำหนดราคาสินค้าที่กำหนดไว้หลายระดับราคาสำหรับคุณภาพสินค้าที่แตกต่างกัน

ด้านปัจจัยส่วนประสมด้านราคา

ควรปรับปรุงเรื่องการแจกแจงรายการสินค้าไว้อย่างชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรในใบเสร็จรับเงิน ดังนั้นร้านค้าควรที่จะออกใบเสร็จรับเงินที่มีการแจกแจงรายละเอียดการซื้อสินค้าอย่าง โดยละเอียดให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าจะได้ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ได้ชัดเจน เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่สามารถรับชำระเงินได้หลากหลาย เช่น ชำระผ่านบัตรเครดิต ดังนั้นร้านค้าควรมีความสามารถในการรับชำระเงินที่หลากหลายเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้านปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า

ควรปรับปรุง เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และง่ายต่อการค้นหา ดังนั้นทางร้านควรที่จะจัดร้านโดยแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ให้ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าจะได้เลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีป้ายชื่อสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน ดังนั้นร้านค้าควรที่จะจัดทำป้ายชื่อร้านให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ง่ายที่สุดเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการหาซื้อสินค้า เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีระยะเวลาการเปิด-ปิด ร้านไว้อย่างชัดเจนและแน่นอน ดังนั้นร้านค้าควรที่จะมีเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างที่มีการจัดร้านไว้อย่างเป็นระเบียบและสะอาด ดังนั้นร้านค้าควรที่จะมีการดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ร้านจะได้ดูน่าเข้ามาเลือกซื้อสินค้า

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ควรปรับปรุงเรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้ารับทราบ อย่างครบถ้วนสม่ำเสมอ ดังนั้นร้านค้าควรมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการสื่อสารข่าวสารทางการตลาดให้กับลูกค้าทราบ เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการให้ของแถมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เช่น เสื้อ ดังนั้นร้านค้าควรที่จะมีการแจกของแถม แก่ลูกค้าอยู่เป็นประจำเพื่อเป็นการจูงใจในการซื้อสินค้ากับทางร้าน เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีจัดสินค้าขายเป็นชุดในราคาพิเศษ เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้าที่อาจจะใช้ด้วยกันหรือไม่ก็ตาม เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุก่อสร้างมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่

ลูกค้า ดังนั้นร้านค้าควรทำการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่ลูกค้าจะได้มีข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการรับบริการ เรื่องต่อมาคือ เรื่องร้านขายวัสดุ ก่อสร้างมีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ดังนั้นร้านค้าควรที่จะมีการอบรมพนักงานเพื่อที่จะให้พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved