

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหินและทรายของ
โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ศรัณย์ ทองจำรูญ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่


พฤษภาคม 2550

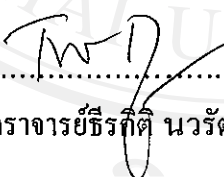
ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหินและทรายของ
โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่


ศรัณย์ ทองจำรูญ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


..... ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์นภาพร ณ เชียงใหม่


..... กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรศักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา


..... กรรมการ
อาจารย์ปีติมา ดิศกุลเนติวิทย์

28 พฤษภาคม 2550

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ นภาพร เจริญใหม่ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อุทยา และ อาจารย์ปีติมา ดิศกุลเนติวิทย์ กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ ช่วยตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ ตลอดจนผู้จัดการและพนักงาน โรงงานผลิตคอนกรีตผสมเสร็จในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเจ้าของและผู้จัดการโรงโม่หินและท่าทรายในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ที่กรุณาให้ความร่วมมือเอื้อเฟื้อข้อมูลของผลิตภัณฑ์หินและทรายในการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้

ขอขอบคุณครอบครัวที่อบอุ่นของผู้เขียนที่เสียสละและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอ และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่นที่14 ทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือจนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี

ศรัณย์ ทองจำรูญ