

## สารบัญตาราง

| ตารางที่                                                                    | หน้า  |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------|
| 2.1 สรุปการทบทวนงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง .....                           | (10)  |
| 2.2 Input/Output ของ 7 เครื่องมือสำหรับการวางแผนผลิตภัณฑ์ใหม่ .....         | (22)  |
| 3.1 รายชื่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เหล็กเส้นรายใหญ่ที่มีเตาหลอม .....          | (48)  |
| 3.2 รายชื่อผู้ประกอบการผลิตเหล็กเส้นรายใหญ่ที่มีเฉพาะในโรงรีด .....         | (49)  |
| 3.3 ข้อมูลการใช้ Coupler ในการต่อเหล็กในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ปี 2550 .....    | (55)  |
| 3.4 เปรียบเทียบสัดส่วนการบริโภคเหล็กเส้นและการต่อเหล็ก .....                | (56)  |
| 4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย....      | (63)  |
| 4.2 สิ่งแวดล้อมของช่องทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์เหล็กเส้น          |       |
| ข้อข้อย One-Bar.....                                                        | (65)  |
| 4.3 การตัดสินใจออกแบบช่องทางการตลาด                      ผลิตภัณฑ์เหล็กเส้น |       |
| ข้อข้อย One-Bar.....                                                        | (69)  |
| 4.4 ความเห็นเกี่ยวกับการกำหนดระดับของการบริการที่ลูกค้าต้องการ .....        | ( 85) |
| 4.5 สรุปแนวทางการปรับปรุงบริษัท .....                                       | (91)  |