

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ประวัติบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากร	12
วิธีการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	14
ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของ ลูกค้าบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด จำแนกตามเพศ	29
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของ ลูกค้าบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด จำแนกตามอายุ	42
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของ ลูกค้าบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด จำแนกตามรายได้	58
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด	73
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการศึกษา	75
การอภิปรายผลการศึกษา	86
ข้อค้นพบ	89
ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวก	97
ตัวอย่างแบบสอบถาม	98
ประวัติผู้เขียน	103

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ รถยนต์ที่ครอบครอง	20
8 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	21
9 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านราคา	22
10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	23
11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	24
12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านบุคลากร	25
13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	26
14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	27
15 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและลำดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด	28
16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	29
17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	31

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	32
19	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	34
20	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	35
21	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	37
22	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	39
23	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	40
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	42
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	44
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	46
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	47
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	50
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	52
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	54
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	56
32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	58
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้	60
34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	61
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	63
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้	65
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้	67
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้	69
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	71
40	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

41 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ

74



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved