สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฑ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	15
ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผล	85
ข้อค้นพบ	92
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	102
แบบสอบถาม	103
ประวัติผู้เขียน	110

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อยู่อาศัย	21
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมายังขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนครั้งนี้	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมาซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนนี้ บ่อยมากน้อยเพียงใด	23
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เฉลี่ยต่อครั้ง	24
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ซื้อ	25
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	26
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคาของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคาของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
23	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา	47

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา	49
25	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา	51
26	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา	53
27	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา	55
28	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
29	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
30	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
31	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
32	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	69
34	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก	76
35	แสดงการสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
36	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด และต่ำสุดในแต่ละด้านโดยสรุป ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	81
37	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดและต่ำสุดในแต่ละด้านโดยสรุป ของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	82
38	แสดงร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากลูกค้าของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่มีร้อยละสูงสุด 5 อันดับแรก	84

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กราฟแสดงการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า	8
2	กราฟแสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของขัวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน	74

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved