

สารบัญ

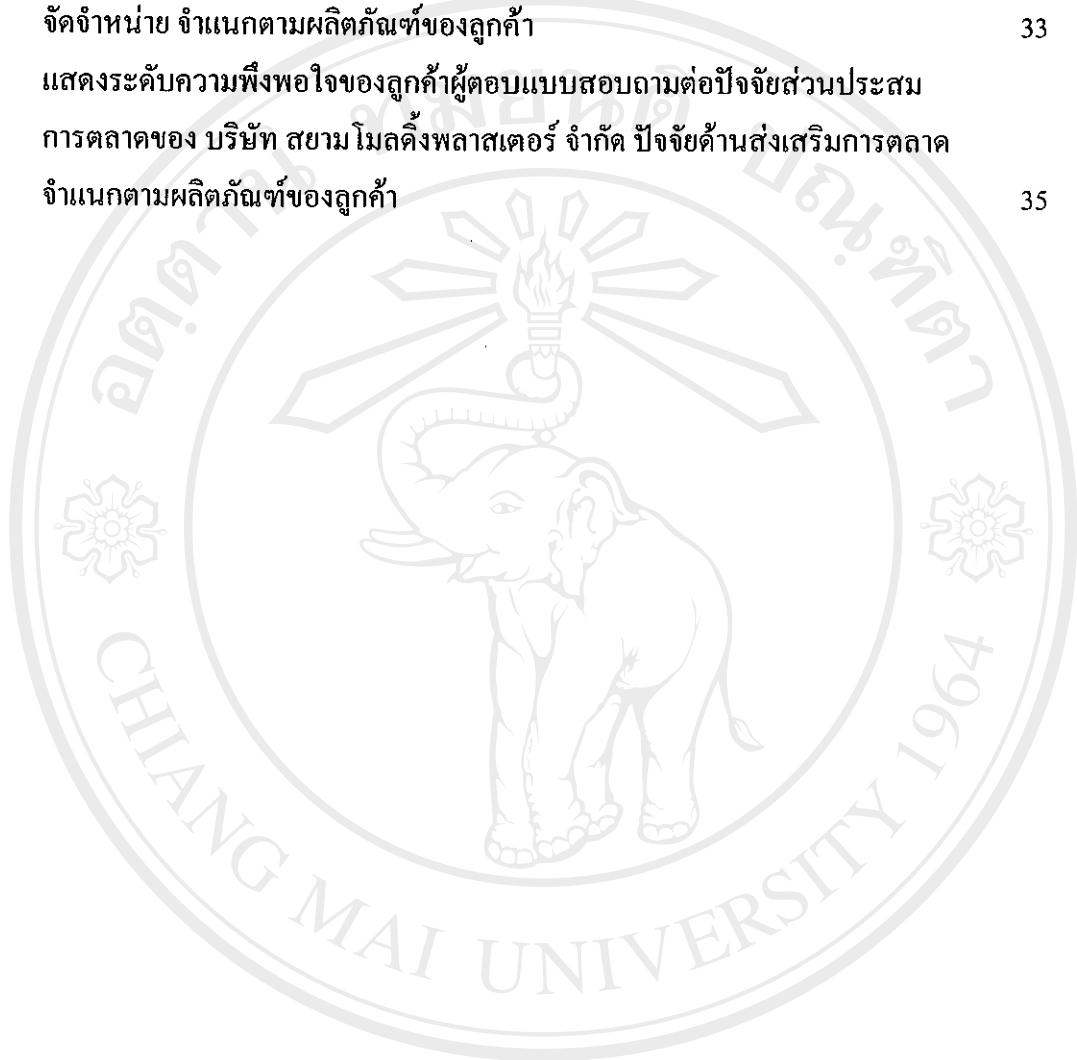
	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรม	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาในการศึกษา	13

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติก จำกัด	20
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลดิ้งพลาสติก จำกัด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ของลูกค้า	29
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของลูกค้า	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	39
สรุปผลการศึกษา	39
อภิปรายผล	44
ข้อค้นพบ	48
ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	55
ภาคผนวก ข	56
ภาคผนวก ค	60
ประวัติผู้เขียน	61

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อสินค้า	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของปูนพลาสติกที่ใช้ในงาน	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการใช้ปูนพลาสติกต่อเดือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อปูนพลาสติก	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนพลาสติก	19
9 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	20
10 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านราคา	22
11 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	24
12 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	26
13 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	29
14 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า	31

- 15 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 33
- 16 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า 35



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved