

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	3
2.1.1 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	3
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	9
3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	9
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน สายเฉลิมรัชมงคล	18
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน	90
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	91
อภิปรายผลการศึกษา	98
ข้อค้นพบ	100
ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	
ภาคผนวก 1 ข้อมูลรถไฟฟ้าใต้ดิน	111
ภาคผนวก 2 แบบสอบถาม	114
ประวัติผู้เขียน	118

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	14
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก	16
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
4.7 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านผลิตภัณฑ์	17
4.8 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านราคา	19
4.9 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	21
4.10 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านส่งเสริมการตลาด	23
4.11 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านบุคลากร	25
4.12 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านลักษณะทางกายภาพ	27
4.13 แสดงจำนวนร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ด้านกระบวนการ	29
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านผลิตภัณฑ์	31
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านราคา	33
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	35

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านส่งเสริมการตลาด	37
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านบุคลากร	39
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านลักษณะทางกายภาพ	41
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ ด้านกระบวนการ	43
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์	45
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านราคา	47
4.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	49
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านส่งเสริมการตลาด	51
4.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านบุคลากร	53
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ	56
4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา ด้านกระบวนการ	58
4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านผลิตภัณฑ์	60
4.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านราคา	62

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	64
4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านส่งเสริมการตลาด	66
4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านบุคลากร	68
4.33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านลักษณะทางกายภาพ	70
4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามอาชีพหลัก ด้านกระบวนการ	72
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านผลิตภัณฑ์	74
4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านราคา	76
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	78
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านส่งเสริมการตลาด	81
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านบุคลากร	83
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ	86
4.41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามรายได้ ด้านกระบวนการ	88
4.42 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามตัวแปรส่วนบุคคล	105