

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของลูกค้า	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่	22
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ขนาดของกิจการ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า	31
ส่วนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าในด้านส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ผสมเสร็จของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่	45
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการของ บริษัท บอโรล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่	49
บทที่ 5 สรุปลงการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	51
สรุปลงการศึกษา	51
อภิปรายผลการศึกษา	60
ข้อค้นพบ	62
ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	67
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	68
ภาคผนวก ข ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจและร้อยละ ของลูกค้าส่วนประสมทางการตลาด	76
ภาคผนวก ค ตารางค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละ ของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาด	79
ภาคผนวก ง ตารางปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมาก	
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	85
ประวัติผู้เขียน	88

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการ	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาการจัดตั้งกิจการของลูกค้า	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามขนาดของกิจการตามจำนวนพนักงานในกิจการของลูกค้า	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามโครงการรับเหมาก่อสร้างที่กิจการของลูกค้าได้รับในแต่ละปี	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อโครงการของกิจการลูกค้า	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการของลูกค้า	19
11	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของกิจการของลูกค้า	20
12	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามแหล่งที่รู้จัก บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด ของกิจการของลูกค้า	20
13	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาที่กิจการของลูกค้าเป็นลูกค้า ของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด	21
14	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	22
15	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
16	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	26
17	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	28
18	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย	31
19	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย	33
20	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย	34
21	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย	36
22	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	38
23	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	40
24	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	42
25	แสดงจำนวนและร้อยละความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	43
26	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายาจำแนกตามปัญหาในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	45
27	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายาจำแนกตามปัญหาในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการราคา	46
28	แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายาจำแนกตามปัญหาในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29	48
แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	
30	49
แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามข้อเสนอแนะที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด	
ก	76
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจและร้อยละของลูกค้าส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอรอลคอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่	
ข	79
แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ ของ บริษัท บอรอลคอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ค	85
แสดงปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจในระดับมาก จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่	