

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญตารางภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บริษัท พีบูลย์คอนกรีต จำกัด	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด	23
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ความพึงพอใจในภาพรวมของลูกค้าธุรกิจ และข้อเสนอแนะของลูกค้า ธุรกิจ	43
ส่วนที่ 4 ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วน ประสมการตลาดของบริษัทพิบูลย์คอนกรีต จำกัด จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้าของบริษัทฯ และจำแนกตามประเภทธุรกิจ	50
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	111
สรุปผลการศึกษา	111
ข้อค้นพบ	128
ข้อเสนอแนะ	133
บรรณานุกรม	138
ภาคผนวก	139
ภาคผนวก ก ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสม การตลาด	140
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสม การตลาด ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด	149
ประวัติผู้เขียน	162

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักบริษัทฯ ครั้งแรก จำแนกตามสื่อโฆษณา	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้าธุรกิจใช้ในการดำเนินธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้าธุรกิจซื้อจากบริษัทฯ ในปัจจุบัน	20
10	แสดงจำนวน และร้อยละ เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด	21
11	แสดงจำนวน และร้อยละ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
12	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	23
13	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	24
14	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	25

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด	26
16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	27
17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	29
18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัย จำแนกตามปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	31
19 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	33
21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	34
22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	35
23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	36
24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	37
25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	39

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	41
27 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	42
28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	43
29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	43
30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	44
31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด	45
32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	46
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพ	47
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	48
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจในภาพรวม	49
36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	50
37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	52
38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	55
40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	57
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	59
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	61
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	63
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	64
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	66
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	67
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	69
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	71
49	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ	73
50	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	75

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	77
52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการจัด จำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	79
53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ	81
54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน บุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ	84
55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการ สร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	88
56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	91
57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	93
58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน ราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	95
59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน การจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	97
60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ	99
61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน บุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ	102
62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน การสร้างและนำเสนอคุณลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	106
63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	109
64 แสดงจำนวนและร้อยละปัญหา 10 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม	148

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของปัจจัย ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์	140
2	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ (ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับความคาดหวัง) ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านราคา	141
3	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ (ผลที่ได้รับเมื่อเทียบกับความคาดหวัง) ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านการจัดจำหน่าย	142
4	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านส่งเสริมการตลาด	143
5	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านบุคลากร	144
6	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	146
7	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท พิบูลย์คอนกรีต จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ	147