

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ	5
2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ	7
2.3 แนวคิดการให้บริการสินเชื่อของธนาคารชนชาติ	8
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	18
3.1 ขอบเขตการศึกษา	18
3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	20
3.6 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	21
3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	22
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจ อุตสาหกรรมเกษตรของธนาคารชนชาติในจังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร จำแนกตาม ลักษณะธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	39
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	53
5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ	53
5.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร	54
5.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร จำแนกตามลักษณะธุรกิจ อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	56
5.4 ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	75
ประวัติผู้เขียน	85

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ข้อมูลส่วนตัว	23
2	ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ	24
3	สรุปค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	26
4	สรุปค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ	27
5	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์	27
6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับด้านราคา	28
7	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่าย	29
8	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด	30
9	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับด้านบุคลากร	31
10	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการให้บริการ	32
11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	33
12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม	34
13	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายในกิจการ	36
14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้ความสำคัญกับปัจจัยระหว่างบุคคล	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับปัจจัยเฉพาะบุคคล	38
16	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านผลิตภัณฑ์	39
17	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านด้านราคา	41
18	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านการจัดจำหน่าย	43
19	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านการส่งเสริมการตลาด	45
20	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านบุคลากร	47
21	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านกระบวนการให้บริการ	49
22	ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการฯ ให้กับด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	51