

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ	4
แนวคิดคุณภาพในการให้บริการ	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
ขอบเขตประชากร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และการกลุ่มตัวอย่าง	8
การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือก สำนักงานบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาในการใช้บริการสำนักงานบัญชี	35

ส่วนที่ 4	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือก ตำแหน่งงานบัญชีของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ เงินทุนจดทะเบียน รูปแบบการ ประกอบธุรกิจ ตำแหน่งงานในธุรกิจผู้ประกอบการ	42
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	99
	สรุปผลการศึกษา	99
	อภิปรายผลการศึกษา	114
	ข้อค้นพบ	119
	ข้อเสนอแนะ	133
	บรรณานุกรม	136
	ภาคผนวก	137
	แบบสอบถาม	138
	ประวัติผู้เขียน	149

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการประกอบการ	12
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในธุรกิจ	12
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	13
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	13
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน	16
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงาน	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนกที่เป็นโครงสร้างของกิจการ	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเลือกใช้บริการสำนักงานบัญชี	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ตั้งของสำนักงานบัญชีที่ใช้บริการ	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปลี่ยนสำนักงานบัญชีที่ใช้บริการ	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้จากสำนักงานบัญชี	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสำนักงานบัญชี	23
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	27

19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	29
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	31
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	33
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการผลิต	35
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคา	36
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านช่องทาง การจำหน่าย	37
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	38
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	39
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	40
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถามจำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ ให้บริการ	41
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	42
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	45
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	48
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภท ของธุรกิจ	50

48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	83
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	85
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	86
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามตำแหน่ง	88
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามตำแหน่ง	90
53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่ง	91
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามตำแหน่ง	92
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรจำแนกตามตำแหน่ง	94
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพจำแนกตามตำแหน่ง	96
57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามตำแหน่ง	97
58	สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกสำนักงานบัญชี จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ	122
59	สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกสำนักงานบัญชี จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน	128
60	สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกสำนักงานบัญชี จำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	130
61	สรุป ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกสำนักงานบัญชี จำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจผู้ประกอบการ	132