

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ขอบเขตเนื้อหา	9
ขอบเขตประชากร	9
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้าน โดดในกรุงเทพมหานคร	21
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้าน โดดในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	29
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผล	88
ข้อค้นพบ	90
ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	96
แบบสอบถาม	97
ประวัติผู้เขียน	102

สารบัญ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	13
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	15
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้พักอาศัยในครัวเรือน	16
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพื้นที่ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร	17
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนต้นไม้ยืนต้นที่ปลูกในบ้านพักอาศัย	18
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสูงของต้นไม้ยืนต้นที่ปลูกในบ้านพักอาศัย	19
10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น	20
11 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านผลิตภัณฑ์	21
12 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านราคา	22
13 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านการจัดจำหน่าย	23
14 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านการส่งเสริมการตลาด	24
15 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านบุคคล	25
16 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านลักษณะทางกายภาพ	26
17 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นในด้านกระบวนการ	27
18 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้านโคก ในกรุงเทพมหานคร	28
19 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29

สารบัญ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
20 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
21 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
24 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34
25 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
26 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้นของผู้อยู่อาศัยประเภทบ้าน โดคในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	36
27 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	37
28 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	39
29 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	41
30 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	43
31 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	45
32 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	47

สารบัญ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
46 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	70
47 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	71
48 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	73
49 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	74
50 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	76
51 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	79
52 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 ลำดับแรก	80
53 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น จำแนกตามเพศ	82
54 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น จำแนกตามรายได้	83
55 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น จำแนกตามพื้นที่ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร	85
56 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตัดแต่งต้นไม้ยืนต้น จำแนกตามประวัติการตัดแต่งต้นไม้	86