

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 : ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจอแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่	18
ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีต่อธุรกิจอแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่	34
ส่วนที่ 4 : ข้อมูลสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าธุรกิจ ที่มีต่ออแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 : พฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างออกแก๊สเซอร์ในจังหวัดเชียงใหม่	
จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	52
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	80
สรุปผลการศึกษา	80
อภิปรายผลการศึกษา	94
ข้อค้นพบ	101
ข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	109
ประวัติผู้เขียน	124

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทขององค์กร	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการออกแในเซอร์ในรอบปีที่ผ่านมา	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสที่ใช้บริการออกแในเซอร์	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการออกแในเซอร์	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการจัดงาน	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการออกแในเซอร์ที่ใช้ในการจัดงาน	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักบริษัทออกแในเซอร์	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุหรือความต้องการในการเลือกใช้บริการจากออกแในเซอร์	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริษัทที่มีความพึงพอใจมากที่สุดตั้งแต่เคยใช้บริการ	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้จักและเคยใช้บริการ	26
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการจากออกแในเซอร์	29

ลิขสิทธิ์ © โดย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากอแกไนเซอร์	30
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการติดต่ออแกไนเซอร์	31
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	32
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการในการใช้บริการในครั้งต่อไป	33
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพล รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้อแกไนเซอร์	34
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคาในการเลือกใช้อแกไนเซอร์	36
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกใช้อแกไนเซอร์	37
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้อแกไนเซอร์	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านบุคคลหรือพนักงานในการเลือกใช้ออแกไนเซอร์	40
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านกระบวนการในการเลือกใช้ออแกไนเซอร์	42
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการมีอิทธิพลรวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้ออแกไนเซอร์	44
28	สรุประดับการมีอิทธิพลโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้ออแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
29	สรุประดับการมีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้ออแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย 28 อันดับที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดและมาก	46
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาของลูกค้าธุรกิจ ในการเลือกใช้บริการจากออแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่	50
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะของลูกค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการจากออแกไนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่	51
32	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทขององค์กร จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	53
34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามโอกาสที่ให้บริการ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	54
35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรูปแบบที่ให้บริการ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	56
36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามบริษัทอแกในเซอร์ที่ใช้ในการจัดงาน จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	59
37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการรู้จักบริษัทอแกในเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	60
38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสาเหตุของการเลือกใช้บริการจำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	61
39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการจำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	62
40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	63
41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระยะเวลาในการติดต่ออแกในเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	64
42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามความต้องการในการใช้บริการในครั้งต่อไป จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	65
43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกในเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านราคา ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	68
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางการจัดจำหน่าย ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	69
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางการส่งเสริมการตลาด ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	71
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านบุคคล หรือพนักงาน ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	73
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านกระบวนการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	75
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางการสร้างและแนะนำลักษณะทางกายภาพ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	77
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพล โดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	79
51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการอแกไนเซอร์ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามพฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างอแกโนเซอร์ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามงบประมาณในการจัดงาน	98



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved