

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	4
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ	4
กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	6
การทำธุรกิจระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ	7
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทองสปินนิ่ง จำกัด	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	17

ลิขสิทธิ์ © โดย Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ	24
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ	38
ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ ลักษณะของกิจการ รายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน และความถี่ ในการซื้อ	46
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	102
5.2 อภิปรายผล	117
5.3 ข้อค้นพบ	120
5.4 ข้อเสนอแนะ	135
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก	143
แบบสอบถาม	144
ประวัติผู้เขียน	153

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของกิจการ	20
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในธุรกิจสิ่งทอ	20
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	21
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์เส้นด้ายที่ซื้อครั้งล่าสุด จากบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	21
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อเดือน)	22
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	22
4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	26
4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	29
4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	31
4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ	33
4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	35
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	37
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	38
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	39
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	40
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	41
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	42
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการ	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	44
4.25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	46
4.26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	48
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	49
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	51
4.29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	53
4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	55
4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	57
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามลักษณะของกิจการ	59
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของกิจการ	61
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามลักษณะของกิจการ	62
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของกิจการ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามลักษณะของกิจการ	66
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามลักษณะของกิจการ	68
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามลักษณะ ของกิจการ	70
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	72
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	75
4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	77
4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	79
4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	81
4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	83
4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน	85
4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

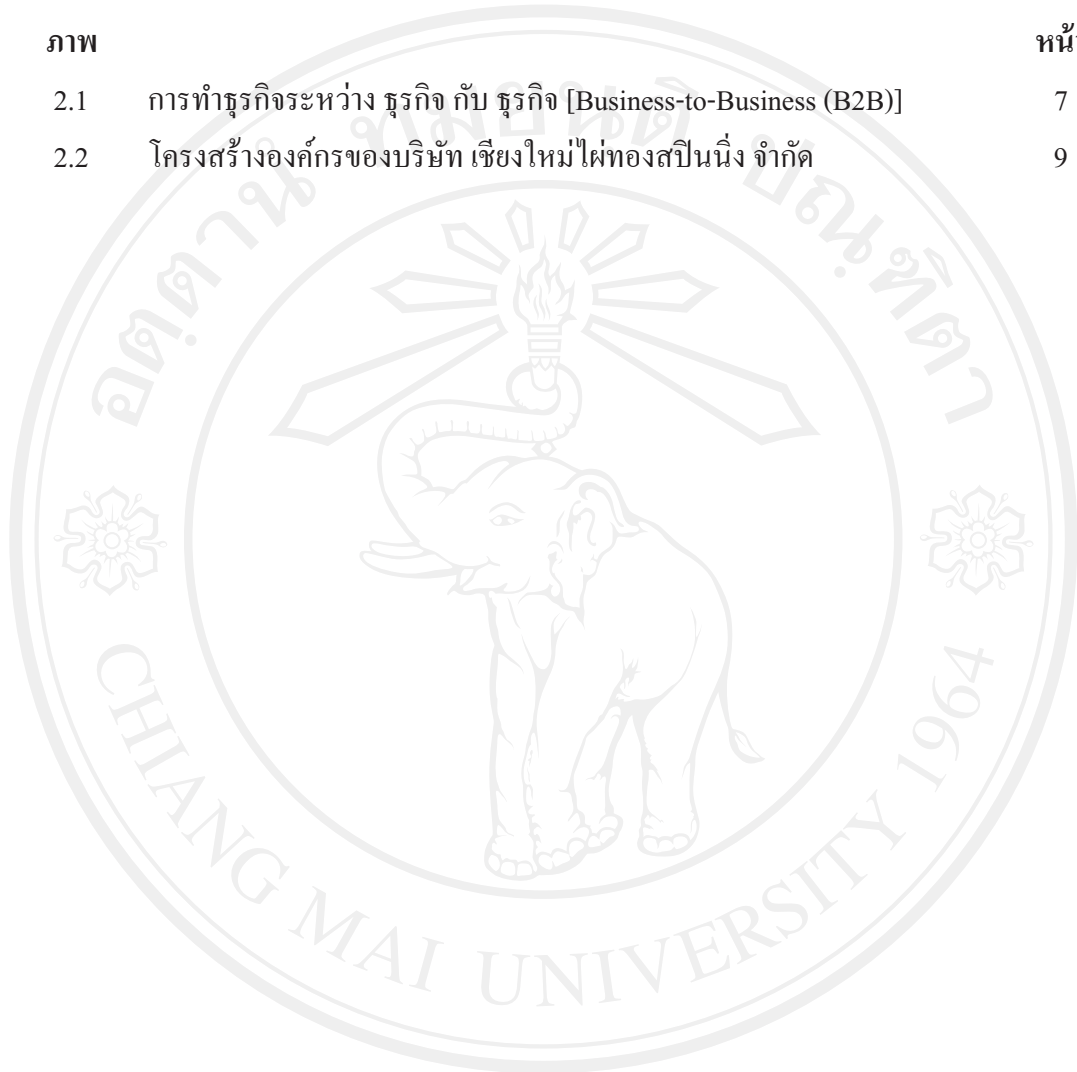
ตาราง		หน้า
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	90
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	92
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	94
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	96
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	98
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ ในการซื้อ	100
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	121
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	123
5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาмаก ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัด เชียงใหม่	125
5.4	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	127
5.5	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามลักษณะของกิจการ	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
5.6	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อ เดือน	131
5.7	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	133

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	การทำธุรกิจระหว่าง ธุรกิจ กับ ธุรกิจ [Business-to-Business (B2B)]	7
2.2	โครงสร้างองค์กรของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทงสปินนิ่ง จำกัด	9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved