

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

การประเมินผลธุรกิจฟ้าม่านในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายคารัญ ศรีสกุลชวาลา

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษา

ผศ.ดร.นิติต พันธมิตร

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.ชเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระในเรื่อง “การประเมินผลธุรกิจฟ้าม่านในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ที่จะเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจฟ้าม่านในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจที่นำมาสู่การใช้บริการธุรกิจฟ้าม่านในจังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะสำรวจข้อมูลความคิดเห็นเชิงปริทรรศน์เกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจธุรกิจฟ้าม่านในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเป็นการจัดทำข้อมูลเชิงลึกเพื่อทราบถึงความระดับพึงพอใจที่เกิดขึ้นใจลูกค้าของธุรกิจฟ้าม่านแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยงานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรที่นำมาใช้ในการค้นคว้าแบบอิสระซึ่งได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจฟ้าม่านในจังหวัดเชียงใหม่ และกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้บริการธุรกิจฟ้าม่านร้านแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง ผ่านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ได้ดำเนินการโดยเครื่องมือชนิดแบบสอบถาม โดยประยุกต์แนวคำถามจากแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการแบบจำลองโลจิท (Logit model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effects โดยผลการศึกษาค่า Log likelihood function ซึ่งมีค่าเท่ากับ -59.69891 ค่า Restricted log likelihood เท่ากับ -154.1870 ค่า Chi squared เท่ากับ 188.9762 ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.61281 ค่าความถูกต้องในการทำนาย (correct prediction) เท่ากับร้อยละ 93.67 ซึ่งสามารถถึงระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ได้แก่ ความพอใจในภาพลักษณ์และชื่อเสียงโดยรวมในกิจการของร้านฟ้าม่านแห่งหนึ่ง ความพอใจในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ในร้านฟ้าม่านแห่งหนึ่ง ความพอใจในตำแหน่งที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความ

สะดวกสบายในการจ่อครดของร้านฝ้าม่่านแห่งหนึ่งและ ความพอใจในการส่งเสริมการขายร่วมกับ
หน่วยงานหรือบริษัทต่างๆ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น
ร้อยละ 95 ได้แก่ ความพอใจในความโดดเด่นและทันสมัยของผลิตภัณฑ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Assessment of Curtain Business in Chiang Mai Province

Author Mr. Karan Srisakulchawla

Degree Master of Arts (Political Economy)

Advisory Committee

Assistant Professor Dr.Nisit Panthamit Advisor

Associate Professor Dr. Thanesh Sriwichailamphan Co-advisor

Abstract

Independent Study in “Assessment of Curtain Business in Chiang Mai Province”. The objective to study the general drapery business customers in Chiang Mai and the factors that influence satisfaction that leads to a drapery business in Chiang Mai and also needs to explore the reviews for the vision concerning the satisfaction drapery business in Thailand to prepare the insight to know the satisfaction level of the customers of the curtain. one of Chiang Mai To serve as a guide to improve and meet the needs of our customers. In this study, we determined the population used in the thesis, including. Customers are drapery business in Chiang Mai. And determine the sample size business customers are drapery shop in Chiang Mai, one of 300 examples. The instruments used in this research was performed by the application of a query by the questions from the theory part of the marketing mix. This analysis is used to Logit model with analysis techniques to maximum likelihood estimates (MLE) and The marginal effects technical Analysis. The study is the Log likelihood function is - 59.69891, Restricted log likelihood value equal to -154.1870, Chi squared equals 188.9762, McFadden R2 value equal to 0.61281 and The correct prediction equal to 93.67 percent. This is the level of satisfaction with statistical significance at the 99 percent confidence level are Satisfaction with the overall image and reputation of one of the curtains, Satisfaction in the design of a product in one of the blinds, Satisfaction in a location easily accessible, Comfort in the parking lot of one of the curtains and satisfaction in collaboration with agencies or companies. While satisfaction levels are statistically significant at a confidence level of 95 percent are satisfied with their distinctive and stylish products