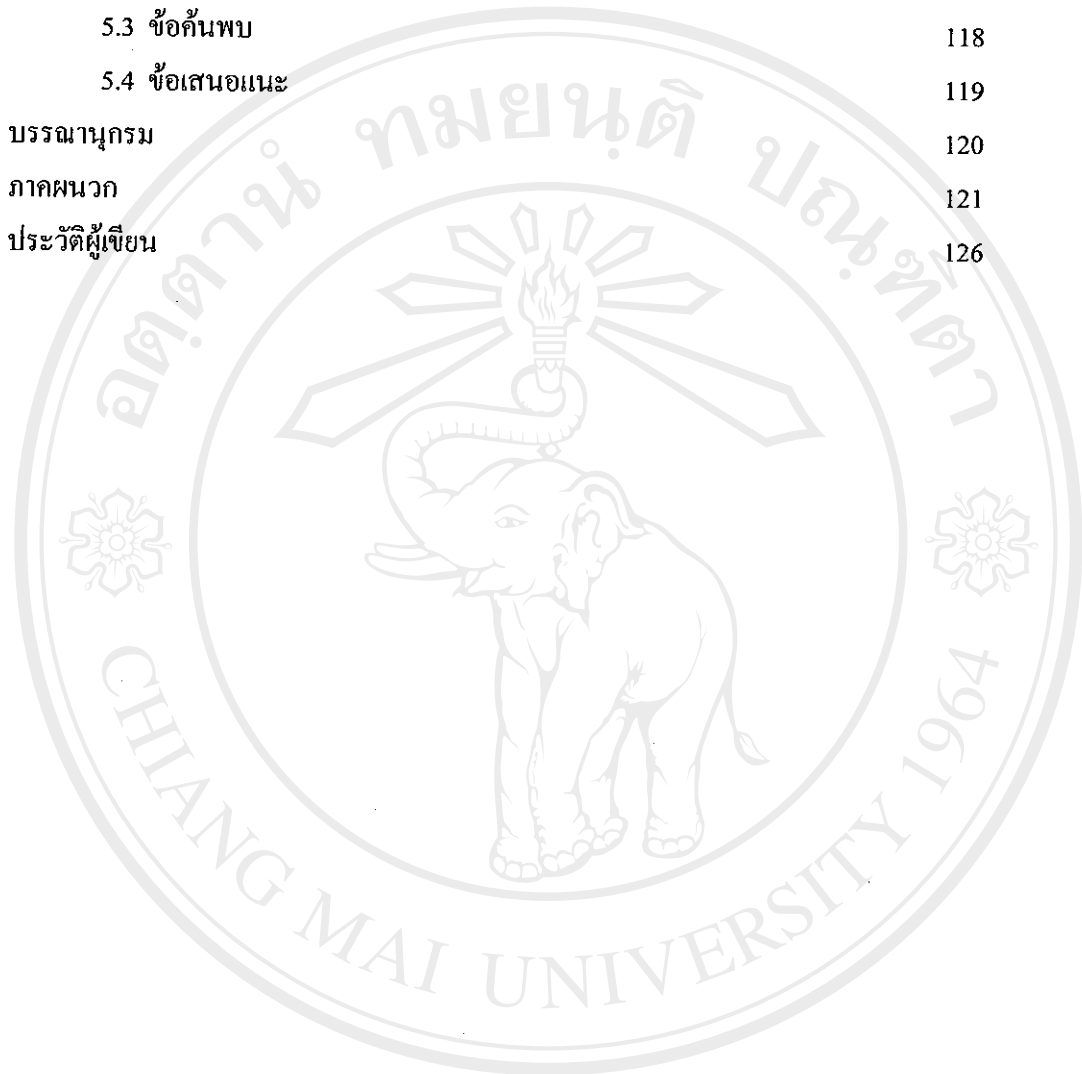


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 องค์ประกอบการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	17
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหาและข้อเสนอแนะ	29
ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทฯ	34
จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	

บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	112
5.1	สรุปผลการศึกษา	112
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	113
5.3	ข้อค้นพบ	118
5.4	ข้อเสนอแนะ	119
บรรณานุกรม		120
ภาคผนวก		121
ประวัติผู้เขียน		126



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในสถาน สถานประกอบการ	21
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของกิจการ	22
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	22
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลเหตุจูงใจการตั้งชื่อ	23
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านผลิตภัณฑ์	24
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านราคา	25
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	26
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการส่งเสริมการตลาด	27
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจรายด้าน	28
4.13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	29
4.14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านราคา	30
4.15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านช่องทางจัดจำหน่าย	30
4.16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	31
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหารายด้าน	31
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่ต้องการแจ้งข้อมูลข่าวสารของบริษัท	32
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพลักษณ์สินค้าของบริษัทเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น	32
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัท	33
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34

4.22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
4.23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	37
4.24	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
4.25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	40
4.26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	41
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
4.29	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	43
4.30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
4.31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	46
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	48
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	49
4.34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	51
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	52
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	53
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	54
4.38	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	55

4.39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	56
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	58
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบ ถามจำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	64
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับการศึกษา	65
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	66
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	67
4.47	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	68
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	70
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	72
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	74
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบ ถามจำแนกตามตำแหน่ง	76
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	78
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง	79

4.54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	80
4.55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	81
4.56	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	82
4.57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	83
4.58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	85
4.59	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	87
4.60	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบ ถามจำแนกลักษณะธุรกิจ	88
4.61	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	90
4.62	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกลักษณะธุรกิจ	92
4.63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	93
4.64	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะธุรกิจ	94
4.65	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกประเภทธุรกิจ	95
4.66	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	97
4.67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	99
4.68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	101

4.69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	103
4.70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	105
4.71	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	107
4.72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจลักษณะธุรกิจ	108
4.73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจลักษณะธุรกิจ	109
4.74	สรุปแสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	110

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 แผนผังการบริหารงานของบริษัทฯ	3
2.1 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดมูลค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่าง ทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์และมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมสำหรับลูกค้า	13
2.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ซึ่งเกิดจากผลต่างระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมในสายตาของลูกค้ากับต้นทุนรวมของลูกค้า	14
2.3 กรอบแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด	15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved