

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	7
ขอบเขตการศึกษา	7
ขอบเขตประชากร	7
การเก็บรวบรวมข้อมูล	7
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	8
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	8
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	9
บทที่ 4 ผลการศึกษา	10
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	11
ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์	19
ของที่ทำการไปรษณีย์ทางคง จังหวัดเชียงใหม่	
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการไปรษณีย์ทางคง	27

ส่วนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการไปรษณีย์ ของที่ทำกรไปรษณีย์ทางดง จังหวัดเชียงใหม่ จ้าแนกตาม ประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้ำ	36
ส่วนที่ 5 ปัญหำในการใช้บริการไปรษณีย์ทางดง จังหวัดเชียงใหม่ จ้าแนกตามประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้ำ	60
บทที่ 5 สรूपผลการศึกษำ อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	86
สรूपผลการศึกษำ	86
อภิปรายผล	98
ข้อค้นพบ	100
ข้อเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม	117
ภาคผนวก	118
แบบสอบถาม	119
ประวัติผู้เขียน	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	11
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	11
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของประเภทสินค้าที่จำหน่าย	12
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ	12
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการใช้บริการที่ทำการไปรษณีย์ทางคง	13
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหน่วยงานที่ใช้บริการฝากส่งสิ่งของ	14
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของทางไปรษณีย์	15
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายในการฝากส่งสิ่งของกับหน่วยงานอื่นที่นอกเหนือจากที่ทำการไปรษณีย์	16
9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการจากที่ทำการไปรษณีย์ทางคง	17
10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	19
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	20
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	21
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	22

14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	23
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	24
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	26
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	27
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านราคา	28
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	29
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	30
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านบุคลากร	31
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	33
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยทางการ ตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	36
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	38
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	39
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ	41



42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ	67
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	69
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	71
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้า	73
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้า	75
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสินค้า	76
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสินค้า	78
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทสินค้า	80
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทสินค้า	82
51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาปัจจัยทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทสินค้า	84
52	แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกจำแนกตามประเภทธุรกิจ	101
53	แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกจำแนกตามประเภทสินค้า	106
54	แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทธุรกิจ	108
55	แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาจำแนกตามประเภทสินค้า	112

56 แสดงปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับ  
แรกและปัญหาที่พบเป็นอันดับแรก

114



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved