

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัด เชียงใหม่	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	35
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ และลักษณะของกิจการ	46
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการศึกษา	72
อภิปรายผล	82
ข้อค้นพบ	84
ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	89
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	87
ประวัติผู้เขียน	101

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ กิจการ	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินธุรกิจของกิจการ	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน ของกิจการ	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน ประจำทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือนและรายวัน)	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจการเคยใช้ บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการได้รับการ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการให้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้ บริการ	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของ ที่ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ	19
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการที่ ปรึกษาทางธุรกิจที่เคยใช้บริการ	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีแสวงหาข้อมูล ที่ปรึกษาทางธุรกิจ	21

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	22
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการคิดค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมในการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ	23
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	26
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	27
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	28
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	30
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	32
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	34
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	35
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัด จำหน่าย	37
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ ส่งเสริมการตลาด	38
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน บุคลากร	39
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	40
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน กระบวนการ	41
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการเพิ่มเติมที่ ต้องการนอกจากการให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ	42
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจการเคยเปลี่ยน การใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	43
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เปลี่ยน การใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ	44
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มจะใช้ บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต	45
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสำคัญที่ คำนึงถึงในการพิจารณาเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจในอนาคต	45
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	46
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	48
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ	51
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ	53
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	55
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	57
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	59
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	61
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	63
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	64
47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	66
48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	68
49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	70
50 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก	73
51 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	74
52 แสดงระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ 3 อันดับแรก	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันดับแรก จำแนกตามประเภทธุรกิจ	76
54 แสดงระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันดับแรก จำแนกตามลักษณะของกิจการ	79

ฅ

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามประเภทธุรกิจ	78
2	แสดงความสัมพันธ์ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามลักษณะของธุรกิจ	79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved