

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดและทฤษฎี	3
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตการศึกษา	8
วิธีการศึกษา	8
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคใน การเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	22
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	33
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคใน การเลือกใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ ใน อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	143
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	144
สรุปผลการศึกษา	144
อภิปรายผล	168
ข้อค้นพบ	171
ข้อเสนอแนะ	186
บรรณานุกรม	189
ภาคผนวก	191
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	192
ภาคผนวก ข โลโก้ร้านฝ้าย	203
ประวัติผู้เขียน	211

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	12
3	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
4	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	13
5	แสดง จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	14
6	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาที่ใช้ บริการร้านฝ้าย เบเกอร์รี่	15
7	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อเดือน	16
8	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ จ่ายที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่ต่อครั้งโดยเฉลี่ย	16
9	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้า ที่บริโภค	17
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้ บริการที่ร้านฝ้ายเบเกอร์รี่	18
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอร์รี่	18
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อที่ รู้จักร้านฝ้ายเบเกอร์รี่	19
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มาใช้ บริการบ่อยที่สุด	20
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้ บริการบ่อยที่สุด	20

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริม การตลาดที่ชอบ	21
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	22
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ราคา	24
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย/ สถานที่	26
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	27
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน พนักงาน	28
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ	30
22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการร้านฝ้ายเบเกอรี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ	32
23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์	33
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่	37
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด	38
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านพนักงาน	39
28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ	41
29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ	43
30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	44
31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	46
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ	47
33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	48
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามเพศ	49
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	51
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	53
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	57
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอายุ	58
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	59
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามอายุ	60
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	62
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	64
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	65
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	68
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ	70
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	71
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ	73
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	75
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	91
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ	93
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามเพศ	94
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	95
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามเพศ	96
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	100
65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	101
66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ราคา จำแนกตามอายุ	103
67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย /สถานที่ จำแนกตามอายุ	104
68	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	105
69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน พนักงาน จำแนกตามอายุ	107
70	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	109
71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	111
72	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	113
73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	116
74	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามอาชีพ	117
75	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	119
76	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน พนักงาน จำแนกตามอาชีพ	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
77	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ	124
78	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	127
79	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129
80	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	132
81	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย/สถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
82	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริม การตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	134
83	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านพนักงาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	136
84	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	139
85	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	141
86	สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	149
87	สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับ แรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	151
88	สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับ แรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ	155
89	สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอันดับ แรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
90	สรุประดับความสำคัญในการให้บริการจากมากไปหาน้อยและปัญหาจากมากไปหาน้อย	173
91	สรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เปรียบเทียบกับปัญหาที่พบในการใช้บริการจากมากไปหาน้อย	178

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved