สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
	แนวคิดและทฤษฎี	5
	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	14
	ขอบเขตการศึกษา	14
	วิธีการศึกษา	15
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	16
	สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17
	ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17
บทที่ 4	ผลการศึกษา	18
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์	30
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ จำนวนเงินในการซื้อ และสาขาที่ซื้อ	40
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วน จำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์	94
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	101
สรุปผลการศึกษา	101
อภิปรายผล	123
ข้อค้นพบ	127
ข้อเสนอแนะ	130
บรรณานุกรม	134
ภาคผนวก	136
ภาคผนวก ก แบบสอบถามภาษาไทย	137
ภาคผนวก ข แบบสอบถามภาษาอังกฤษ	148
ภาคผนวก ค รูปแสดงตัวอย่างสินค้า	159
ประวัติผู้เขียน	166

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคำถามและคำตอบที่ใช้ในการวิเคราะห์ตลาดองค์การ (Organizational market)	11
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	20
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการหรือทำงานอยู่	20
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่นำสินค้าไปจำหน่าย	22
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องประดับจาก หจก.กะเหรี่ยงซิลเวอร์มากที่สุด	24
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ	24
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหมวดของสินค้าที่ซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์	25
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขา หจก. กะเหรี่ยงซิลที่ซื้อสินค้า	26
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้า หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์	26
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อปี	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าที่ซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	28
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์	29
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	32
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	33
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	33
20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล	35
21	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	36
22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	38
23	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์	39
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	40
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	42
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	43

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	45
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลากร จำแนกตามเพศ	46
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	47
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	49
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	51
32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	54
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	56
34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	58
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคลจำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	60
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	62
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ	64
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	66
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	70
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	72
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	74
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	76
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	78
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	80
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	82
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	84
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	86
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	88
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	90
51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	92
52	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านผลิตภัณฑ์	94

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
53	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านราคา	95
54	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	96
55	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด	97
56	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านบุคคล	98
57	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านกระบวนการ	99
58	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านลักษณะทางกายภาพ	100
59	สรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ มากไปหาน้อย	103
60	สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรก จำแนกตามเพศ	108
61	สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ	113
62	สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรก จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ	117
63	สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรก จำแนกตามสาขาที่ซื้อ	122
64	แสดงค่าเฉลี่ยสรุประดับความพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก	129
65	แสดงค่าเฉลี่ยสรุประดับความพึงพอใจต่ำสุด 10 ลำดับแรก	130

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved