

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	5
แนวความคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพของบริการ	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	6
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
ร้านเดอะ เน็ตจังหวัดเชียงใหม่	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ	24
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ	35

สารบัญ (ต่อ)		หน้า
	ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
	5.1 สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล	77
	5.2 อภิปรายผล	90
	5.3 ข้อค้นพบ	92
	5.4 ข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม		120
ภาคผนวก		121
ประวัติผู้เขียน		130

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	20
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการ	21
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักเข้ามาใช้บริการ	21
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	22
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ที่ท่านใช้บริการ	22
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ท่านมาใช้	23
4.11 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	24
4.12 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	26
4.13 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	28
4.14 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	29
4.15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	32
4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	33
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)	34
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	35
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	36
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่	37
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	37
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร	38
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	39
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	39
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	41
4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	45
4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	46
4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	47
4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	48
4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	49
4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	51
4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	53
4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	55
4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	56
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	58
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	60
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	62
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	66
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา	68
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	69
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา	71
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	73
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับ การศึกษา	75
5.1	แสดงสรุป 3 ลำดับแรกของระดับความพึงพอใจ และปัญหาของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการ ของร้าน เคอะเน็ตจังหวัดเชียงใหม่	92
5.2	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	104
5.3	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	105
5.4	แสดงสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	106
5.5	แสดงสรุป 10 ลำดับแรก (จาก มาก ไปหาน้อย) ของระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เคอะเน็ตจังหวัดเชียงใหม่	107
5.6	แสดงสรุป 10 ลำดับแรก (จาก น้อยไปหามาก) ของระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เคอะเน็ตจังหวัดเชียงใหม่	108
5.7	แสดงสรุป 10 ลำดับแรก (จากมากไปหาน้อย) ของปัญหาความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้าน เคอะเน็ตจังหวัดเชียงใหม่	109



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved