

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
4. นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	4
1.1 ความหมายของความพึงพอใจ	4
1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ	5
1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	6
1.4 การเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ	7
2. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ	8
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>19</b>
1. ขอบเขตการศึกษา	19
2. วิธีการศึกษา	20
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	20
4. การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	23
<b>ส่วนที่ 1</b> ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	24
<b>ส่วนที่ 2</b> ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของอินเทอร์เน็ต	27
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	
<b>ส่วนที่ 3</b> ความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของอินเทอร์เน็ต	35
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	
<b>ส่วนที่ 4</b> ผลการสัมพัทธ์เชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด	43
ของอินเทอร์เน็ต อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	
<b>ส่วนที่ 5</b> ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต อำเภอสามพราน	56
จังหวัดนครปฐม	
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	57
1. สรุปผลการศึกษา	57
2. อภิปรายผล	64
3. ข้อค้นพบ	68
4. ข้อเสนอแนะ	68
<b>บรรณานุกรม</b>	75
<b>ภาคผนวก</b>	78
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	79
ภาคผนวก ข แบบสัมพัทธ์เชิงลึก	86
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	94

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามเพศ	24
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามอายุ	24
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	24
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	25
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามอาชีพ	25
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพักในอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	26
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เช่าอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามลักษณะห้องพักที่เช่า	27
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์โดยรวม และรายด้าน	27
4.10	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	28
4.11	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านราคา	29
4.12	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	30
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด	31
4.14	แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านบุคลากร	32

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะทางกายภาพ	33
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ด้านกระบวนการ	34
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามเพศ	35
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามอายุ	36
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	37
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	38
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามอาชีพ	39
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
4.23 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ จำแนกตามลักษณะห้องพักที่เช่า	42
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามเพศ	43
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามอายุ	44
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามสถานภาพสมรส	44

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	44
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามอาชีพ	45
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	45
4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าพักในอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	46
4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงลึก จำแนกตามลักษณะห้องพักที่เช่า	46
4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยใดสำคัญที่เลือกพักที่อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	47
4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของความคาดหวังเมื่อเข้าพักที่อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	47
4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ ของอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	48
4.36	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ปรับปรุง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ	49
4.37	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	49
4.38	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ปรับปรุง ปัจจัยด้านราคา	50
4.39	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยช่องทางจัดจำหน่ายของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	50
4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	51
4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ปรับปรุง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	52

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านบุคลากรของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	52
4.43	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ปรับปรุงปัจจัยด้านบุคลากร	53
4.44	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	53
4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ปรับปรุงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	54
4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านกระบวนการของ อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	55
4.47	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะให้อินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์ ปรับปรุงปัจจัยด้านกระบวนการ	55
4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตพาร์ทเมนท์	56

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved