

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิด และทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 สถานที่ในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล	17
3.4 ระยะเวลาในการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคาดหวังและสิ่งที่ถูกค้าได้รับจริง	
ต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	36	
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ต่อ ปี	44	
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	81
5.1	สรุปผลการศึกษา	81
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	95
5.3	ข้อค้นพบ	97
5.4	ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม		102
ภาคผนวก		103
แบบสอบถาม		104
ประวัติผู้เขียน		116

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
ตารางที่ 4.2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
ตารางที่ 4.3	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	19
ตารางที่ 4.4	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	20
ตารางที่ 4.5	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน	20
ตารางที่ 4.6	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบขององค์กรธุรกิจ	21
ตารางที่ 4.7	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ	21
ตารางที่ 4.8	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	22
ตารางที่ 4.9	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี	22
ตารางที่ 4.10	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	23
ตารางที่ 4.11	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้ากับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	23
ตารางที่ 4.12	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	24
ตารางที่ 4.13	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	24
ตารางที่ 4.14	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่หาข้อมูลสินค้า	25
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยของความคาดหวังที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	27
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	28
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	29
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์	30
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	31
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	32
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	33
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	34
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	35
ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	36
ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	38
ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	40
ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค	43
ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ	45
ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตาม รูปแบบของธุรกิจ	47
ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบ ของธุรกิจ	50
ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ	52
ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ	55
ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	58
ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผล ประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผล ประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	67
ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	71
ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริง ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อปี	76

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved