

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
ABSTRACT	๘
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๑๑
สารบัญภาพ	๑๑
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
สมมติฐานการวิจัย	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
3 วิธีดำเนินการศึกษา	18
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
การวิเคราะห์ข้อมูล	22
กรอบแนวคิดของการวิจัย	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบล ช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	27
ตอนที่ 3 สมมติฐานการวิจัย	37
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	54
สรุปผลการวิจัย	54
อภิปรายผล	61
ข้อเสนอแนะ	67
บรรณานุกรม	70
ประวัติผู้ศึกษา	72
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย	74
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	75

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แนวคิดส่วนประสมการตลาด 4P's	11
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม	28
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์	29
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา	31
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่	32
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด	33
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านบุคลากร	34
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านกระบวนการ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะทางกายภาพ	36
4.10	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	37
4.11	เปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	39
4.12	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	41
4.13	เปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	42
4.14	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.15	เปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	46
4.16	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.17	เปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	49
4.18	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	51
4.19	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา	52
4.20	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านสถานที่	53
5.1	สรุปปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	61

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

3.1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	24
-----	-----------------------------	----

