

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	4
สมมติฐานการศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ประวัติและความเป็นมาของห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสงมอเตอร์ มหาสารคาม.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การกำหนดกลยุทธ์และกลยุทธ์การตลาด.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือตลาดบริการ 7 P's.....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	51

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดคือฮง มอเตอร์ มหาสารคาม วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ.....	58
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดคือฮงมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม.....	61
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดคือฮงมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และอาชีพแตกต่างกัน.....	68
ตอนที่ 4 สรุปผลการสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัดคือฮง มอเตอร์ มหาสารคาม ด้านแนวทางการพัฒนาการตลาด การบริหาร จัดการด้านการตลาด ปัญหาอุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข.....	82

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	86
สมมุติฐานของการศึกษา.....	87
ระเบียบวิธีวิจัย.....	87
สรุปผล.....	90
อภิปรายผล.....	96
ข้อเสนอแนะ.....	101
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้.....	102
ข้อเสนอแนะต่อการทำการศึกษาครั้งต่อไป.....	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	108
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	108
ภาคผนวก ข แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ.....	116
ประวัติย่อผู้ศึกษา	119

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ..... 59
2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม โดยรวมและเป็นรายด้าน..... 61
3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านสินค้าและบริการ..... 62
4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านราคา..... 63
5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้าง หุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่..... 64
6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด..... 65
7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านกระบวนการให้บริการ..... 66
8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีซงมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านบุคคลหรือพนักงาน..... 66

9	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	67
10	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน.....	68
11	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีอายุ แตกต่างกัน.....	69
12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านราคา ที่มีอายุแตกต่างกัน.....	70
13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอายุ แตกต่างกัน.....	71
14	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน.....	72
15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านสินค้าและบริการ ที่มีระดับการ ศึกษาแตกต่างกัน.....	73
16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ สถานที่ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	74

ตารางที่	หน้า
17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้าง หุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านกระบวนการให้บริการที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน.....	75
18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีรายได้แตกต่างกัน.....	76
19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ สถานที่ ที่มีรายได้แตกต่างกัน.....	77
20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกัน.....	78
21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีสถานภาพ สมรส แตกต่างกัน.....	79
22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน.....	80
23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูก ที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ของลูกค้าห้าง หุ้นส่วนจำกัดอิสหมอเตอร์ มหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอาชีพ แตกต่างกัน.....	81

- 24 แสดงคะแนนจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามการศึกษาชั้นคว่ำอิสร
เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางตลาดบริการของธุรกิจจำหน่าย
รถจักรยานยนต์ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดอิชิมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
ของแบบทดสอบโดย ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน..... 119



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 โครงสร้างของห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสมเตอร์ มหาสารคาม.....	13
2 ส่วนประกอบของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ (The Elements of an Intended Strategy).....	21
3 ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ ราคา ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดช่องทาง การจัดจำหน่ายและลูกค้า.....	22
4 โมเดลผลกระทบจากแรงกดดัน 5 ประการ (The Five Forces Model of Competition ของ Michael E. Porter).....	28
5 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	51



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY