

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด และทฤษฎี	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ประชากร	11
กลุ่มตัวอย่างและการเลือกตัวอย่างของการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ทำการศึกษา	16
ระยะเวลาในการศึกษา	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม การตลาดบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของ สมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วน ประสมการตลาดบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่	29
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเปรียบเทียบความสำคัญและความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของ สมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	39
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเปรียบเทียบความสำคัญและความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของ สมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	47
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึง พอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำหน่ายตราไปรษณียากร เพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดย Importance Performance Analysis (IPA)	60
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัด	76
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผล	94
ข้อค้นพบ	98
ข้อเสนอแนะ	99
ข้อจำกัด	103
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	106
แบบสอบถาม	107
ประวัติผู้เขียน	113

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
4.2	แสดงจำนวนของสมาชิกจำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการ และลักษณะในการซื้อตราไปรษณียากรเพื่อการสะสม ณ ที่ทำการไปรษณีย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	19
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์	22
4.4	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านราคา	23
4.5	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านการจัดจำหน่าย	24
4.6	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการตลาด	25
4.7	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านบุคลากร	27
4.8	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านกระบวนการบริการ	28
4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	28
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านราคา	30
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านการจัดจำหน่าย	31
4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการตลาด	32
4.14	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านบุคลากร	33
4.15	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านกระบวนการบริการ	34
4.16	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตบริการจำหน่ายตราไปรษณียากรเพื่อการสะสมของสมาชิกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	35
4.17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	36
4.18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม บัณฑิตด้านราคา จำแนกตามเพศ	38
4.19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม บัณฑิตด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	39
4.20	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	40
4.21	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม บัณฑิตด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามเพศ	43
4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	45
4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	47
4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	49
4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	51
4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	52
4.28 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	54
4.29 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามอายุ	56
4.30 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	58
4.31 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	60
4.32 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านราคา	61
4.33 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	62
4.34 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.35	ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านบุคลากร	64
4.36	ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	65
4.37	ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	66
4.38	ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญจากมากไปน้อย	67
5.1	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจแต่ละด้านโดยสรุป	81
5.2	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด แต่ความพึงพอใจต่ำสุด	82
5.3	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย	83
5.4	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง	84
5.5	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 39 ปี	87
5.6	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี	89
5.7	แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดแต่ละด้านของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป	91

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

4.1 กราฟสองมิติแสดงผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA

72