



247691

ความคาดหวังของนักธุรกิจในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
ต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต

วุฑิตา ศรีแก้ว

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
มีนาคม 2555

600252614

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247691

ความคาดหวังของนักธุรกิจในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
ต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต

วุฑิตา ศรีแก้ว

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



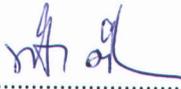
บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
มีนาคม 2555

ความคาดหวังของนักธุรกิจในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
ต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต

วุฑิตา ศรีแก้ว

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์ ดร. พังชรา ตันติประภา

  
..... กรรมการ  
อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

  
..... กรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติनुช ชุติกาวิทย์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

  
.....  
อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

30 มีนาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระและกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติสุข ชูธิดาวิทย์ กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

วุฑิตา ศรีแก้ว

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความคาดหวังของนักธุรกิจในกรุงเทพมหานครและ  
ปริมณฑลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต

ผู้เขียน นางสาววุฑิตา ศรีแก้ว

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

### บทคัดย่อ

247691

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ศึกษาความคาดหวังของนักธุรกิจในเขต  
กรุงเทพฯและปริมณฑลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักธุรกิจ/  
เจ้าของกิจการ ที่มีธุรกิจเป็นของตนเองหรือเป็นผู้บริหารในองค์กรต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร  
และปริมณฑล จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การ  
วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 ปี – 45 ปี ประเภท  
กิจการ คือ บริษัทจำกัด (มหาชน) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการส่วนใหญ่ตำแหน่งใน  
กิจการเป็นเจ้าของกิจการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารกิจการส่วนใหญ่ตำแหน่งใน  
กิจการเป็นผู้บริหารระดับล่าง (หัวหน้าแผนกหรือหัวหน้าคนงาน) ระยะเวลาการเปิดดำเนินการของ  
กิจการที่เป็นเจ้าของกิจการ 5-10 ปี ส่วนตำแหน่งผู้บริหารกิจการมีประสบการณ์ในการทำงานใน  
หน่วยงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันมากกว่า 15 ปี สำหรับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของเจ้าของกิจการ  
ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริหารกิจการต่ำกว่า 50,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานศึกษาที่เปิดการสอนระดับมหาบัณฑิต  
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และมีความคาดหวัง  
ในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือลำดับแรกคือสถาบันการศึกษานั้นมีวิทยากรภายนอกที่มีชื่อเสียง มีประสบการณ์ในการทำงานจริงที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานั้นๆ ผลัดเปลี่ยนมาให้ความรู้ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือ ระยะเวลาในการเรียนจบการศึกษาที่มีความเหมาะสม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากที่สุดคือ สามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือมีการแจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการศึกษาหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ล่วงหน้า ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ในแผ่นพับประชาสัมพันธ์หลักสูตร ป้ายโฆษณา เว็บไซต์ เป็นต้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวก กว้างขวางและปลอดภัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือสถานที่ตั้งของสถาบันหรือศูนย์การศึกษาอยู่ใจกลางเมืองหรือในแหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือโครงการแนะนำเพื่อนเข้าศึกษา ผู้แนะนำรับสิทธิพิเศษค่าบำรุงการศึกษาฟรี ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลหลักสูตรชัดเจน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือบรรยากาศภายในห้องเรียนดีมีแสงสว่างที่เหมาะสมและไม่มีการเหม็นอับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งภายในห้องเรียนเช่น โต๊ะ-เก้าอี้ มีความสวยงาม นั่งสบาย

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ประจำโครงการในการให้บริการ

ปัจจัยด้านบริการลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือ บริการทำเรื่องจบการศึกษา การประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือบริการอธิบาย หรือชี้แจงรายละเอียดหลักสูตรต่างๆ ในนักศึกษาทราบก่อนตัดสินใจเรียนผ่านทางช่องทางต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือ ทางอีเมล หรือ Open House

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุดคือความรวดเร็วในการแจ้งข่าวสารให้แก่นักศึกษา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังน้อยคือมีการจัดทำตารางกิจกรรมต่างๆตลอดภาคการศึกษาอย่างชัดเจน

**Independent Study Title**      Expectation of Businessmen in Bangkok and Vicinity Towards  
Master's Degree Education

**Author**                              Miss Vutita Srikaew

**Degree**                                Master of Business Administration

**Independent Study Advisor**    Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

## ABSTRACT

247691

The purpose of this independent study was to study Expectation of Businessmen in Bangkok and Vicinity towards Master's Degree Education. Research population was identified to 200 businessmen/business owners who owned businesses or were in the pose of Administrator of organizations in Bangkok and vicinity. Questionnaires were used as the research tool to collect data; then, data were analyzed by the descriptive statistics composing of frequency, percentage and mean.

The results presented that most of respondents were male in the ages between 41-45 years old and worked in the companies registered as Public Company Limited. For those who were the business owners, they were in the pose of Owner; but for those who administered the business, they were in the pose of Primary Administrator (Head of Division or Supervisor). For business owners, their businesses had been operated for the range of 5-10 years; for the primary administrators, their working experience in the current organization had been found for more than 15 years old. Regarding the monthly income, the business owners could earn at amount of less than 10 million baht; while the primary administrators approximately earned at amount of less than 50,000 baht.

The highest expectation on service marketing mix factor of academic institutes that offered the Master's degree Education that the respondents ranked was Product factor; while the high expectation was given to the following factors in orderly: People, Process, Place, Price, Promotion and Physical Evidence.

The respondents ranked their highest and lowest expectations on the following sub-factors.

In Product factor, the highest expectation was to have famous guest speakers who had actual experiences and expertise on the related issues; while the lowest expectation was the appropriate program duration.

In Price factor, the highest expectation was to be able to pay for tuition fee by installments; while the lowest expectation was the notification on tuition and other fees in advance via media such as brochure, billboard, website and etc.

In Place factor, the highest expectation was to have sufficient, convenient, and safe parking space; while the lowest expectation was the location of academic institutes or education center where situated in the heart of city or community area.

In Promotion factor, the highest expectation was the Friend-to-Friend campaign, which the one who successfully convinced friend to study in the program would be waived for some academic fees; while the lowest expectation was the clear program information to be found in its brochure.

In Physical Evidence factor, the highest expectation was the atmosphere of study room where had appropriate light without bad odor; while the lowest expectation was the comfortable and beautiful furniture such as tables and chairs to be decorated in the study room.

In People factor, the highest expectation was the clear and simply words that officers or staff used to communicate; while the lowest expectation was the sufficient numbers of staff to serve customers.

In Service factor, the highest expectation was to serve customers in processing the graduation process by dealing with other related units; while the lowest expectation was that the students could get clear explanation or clarification about the details of graduate programs from staff through different communication channels such as telephone, web-board or email or Open House event before making final decision.

In Process factor, the highest expectation was the rapidness in distributing news to students; while the lowest expectation was the clear arrangement of Calendar of Event, informing students about all activities to be held in the entire academic year.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักธุรกิจในเมืองและปริมณฑล ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานศึกษาที่เปิดการสอน ระดับมหาบัณฑิต	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของนักธุรกิจในกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานศึกษาที่เปิด การสอนระดับมหาบัณฑิต จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ เพศ และอายุ	40
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการศึกษา	103
อภิปรายผล	119
ข้อค้นพบ	122
ข้อเสนอแนะ	125
บรรณานุกรม	129
ภาคผนวก	130
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม (สำหรับเจ้าของกิจการ)	131
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม (สำหรับผู้บริหารกิจการ)	138
ประวัติผู้เขียน	145

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งใน กิจการ (เจ้าของกิจการ)	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งใน กิจการ (ผู้บริหารกิจการ)	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการ เปิดดำเนินการของกิจการ (เจ้าของกิจการ)	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ใน การทำงานในหน่วยงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน (ผู้บริหารกิจการ)	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของ กิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน (เจ้าของกิจการ)	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของ กิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน (ผู้บริหารกิจการ)	20
10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์	21
11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านราคา	24
12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	26
13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด	28
14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ	30

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	32
16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบริการลูกค้า	34
17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการบริการ	37
18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานศึกษาที่เปิดการสอนระดับมหาบัณฑิต	39
19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	40
20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	43
21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	45
22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	47
23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	49
24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	51
25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบริการลูกค้า จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	53
26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านกระบวนการบริการ จำแนกตามประเภทของนักธุรกิจ	55
27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	57

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ	60
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	62
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	63
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	65
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ จำแนกตามเพศ	67
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบริการ ลูกค้า จำแนกตามเพศ	69
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการบริการ	71
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	73
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ	79
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	84
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	87
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	90
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบุคลากรผู้ ให้บริการ จำแนกตามอายุ	93

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านบริการ ลูกค้า จำแนกตามอายุ	96
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้าน กระบวนการบริการ จำแนกตามอายุ	100