สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
ขอบเขตของการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเรื่องคุณภาพบริการ	8
คุณค่าตราผลิตภัณฑ์	21
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	36
เอกสารผลงานและวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
บทที่ 4 ผลการวิจัย	47
ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
คุณภาพการบริการ	51
คุณค่าตราผลิตภัณฑ์	59
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์	61

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 70
สรุปการวิจัย 70
อภิปรายผล 73
ข้อเสนอแนะ 76
บรรณานุกรม 77
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม 86
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม 90
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่น 95

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 มิติในการประเมินคุณภาพการบริการของผู้รับบริการ	15
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการวัดคุณภาพบริการที่รับรู้ The SERQUAL Model	18
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองช่องว่างคุณภาพการบริการ	20
ภาพที่ 2.4 องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า	24
ภาพที่ 2.5 ระดับของความตระหนักรู้ในตราสินค้า	27
ภาพที่ 2.6 ระดับความภักดีต่อตราสินค้า	32
ภาพที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังคุณภาพการบริการ	52
ภาพที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการบริการ	54
ภาพที่ 4.3 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ	56
ภาพที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์	59

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของคุณค่าตราสินค้า 33

ตารางที่ 3.1 ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม 44

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 47

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 48

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรุ่น 48

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ 49

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกแผนการเรียน 49

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกรดเฉลี่ย 50

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 50

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณวุฒิและสาขาวิชาก่อนเข้าเรียน 51

ตารางที่ 4.9 แสดงรายละเอียดการแปลผลความคาดหวังคุณภาพการบริการ 53

ตารางที่ 4.10 แสดงรายละเอียดการแปลผลการรับรู้คุณภาพการบริการ 55

ตารางที่ 4.11 แสดงมิติคุณภาพการบริการที่ได้จากผลต่างระหว่างการรับรู้กับการคาดหวัง 57

ตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดการแปลผลคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ 60

ตารางที่ 4.13 แสดงผลทดสอบค่า t ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ 62

ตารางที่ 4.14 แสดงผลเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการเป็นรายมิติ 62

ตารางที่ 4.15 แสดงผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ 63

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านรูปธรรมของบริการกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ 64

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ 65

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านความรับผิดชอบกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ 60

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านการรับประกันกันคุณค่าตราผลิตภัณฑ์	66
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่กับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์	66
ตารางที่ 4.21 สรุปผลทดสอบ	67