

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดความพึงพอใจ	4
2.2 ส่วนประสมการตลาด	5
2.3 B2B Marketing	7
2.4 ตลาดองค์การ	9
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
3.2 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	17
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงงานน้ำแข็งทีวีชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าโรงงานน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	31
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าโรงงานน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดประเภทธุรกิจ	40
ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้าโรงงานน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	49
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	58
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	61
5.1 สรุปผลการศึกษา	61
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	68
5.3 ข้อค้นพบ	69
5.4 ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก แบบสอบถาม	75
ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	20
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อจากโรง น้ำแข็งทวีชัย	21
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของน้ำแข็งที่สั่งซื้อ	21
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของรถบรรทุกที่ใช้ในการบรรทุกน้ำแข็ง	22
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการสั่งซื้อน้ำแข็งต่อวัน	22
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	23
11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์	24
12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา	26
13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการจัดจำหน่าย	27
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	29
15 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16	31
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	
17	32
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	
18	34
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	
19	36
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	
20	38
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	
21	40
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	
22	41
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	
23	43
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	
24	45
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ	

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
25	47
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดประเภทธุรกิจ	
26	49
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	
27	50
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	
28	52
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	
29	54
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	
30	56
ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ โรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง	
31	58
จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา เรียงตามลำดับมากที่สุด ของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ โรงน้ำแข็งทวีชัย	
32	71
แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดเรียงตามลำดับมากที่สุด และปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	