

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	5
2.3 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์	8
2.4 เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	10
2.5 รูปแบบของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	11
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.7 บริษัท ซิมพลิ เด็คคอร์ด จำกัด	15
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	17
3.2 วิธีการศึกษา	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	19
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการ	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	31
ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ทวีปที่ดำเนินกิจการ ช่องทางการซื้อสินค้า และจำนวน เงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	41
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อ บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	71
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	74
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆสำหรับทางร้านในการปรับปรุงการให้บริการ	80
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	81
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	90
5.3 ข้อค้นพบ	91
5.4 ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	102
ภาคผนวก	104
แบบสอบถาม	105
ประวัติผู้เขียน	128

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	21
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจ หลักที่ดำเนินกิจการหรือทำงาน	22
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่ดำเนิน กิจการหรือทำงาน	23
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ใน กิจการ	24
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศที่จำหน่าย สินค้าของบริษัท	25
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการ ซื้อ	26
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ใน การซื้อ	26
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหมวดของสินค้าที่ ซื้อ	27
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการซื้อ สินค้า	27
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเมื่อไรที่ซื้อสินค้า เป็นประจำ	28
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม อำเภอต้นกำเนิด จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อปี	28
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการ ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	29
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้า	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	31
4.17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	34
4.18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	36
4.19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	38
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด	40
4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ	41
4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ	44
4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทวีปที่ดำเนิน กิจการ	46
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทวีปที่ดำเนิน กิจการ	49
4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	51
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามช่องทางการซื้อ สินค้า	56
4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามช่องทางการซื้อ สินค้า	59
4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	61
4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดย เฉลี่ยต่อครั้ง	64
4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนเงินใน การซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	66
4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน ประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนเงินในการ ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	69
4.33 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
4.34 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม	72
4.35 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบ แบบสอบถาม	72
4.36 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบ แบบสอบถาม	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.37 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	74
4.38 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านราคา จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	75
4.39 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	76
4.40 จำนวนและร้อยละปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	78
5.1 สรุปความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของลูกค้า บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ	83
5.2 สรุปความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของลูกค้า บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	85
5.3 สรุปความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของลูกค้า บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	87
5.4 แสดงปัญหาที่มากที่สุดของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า	88
5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุดต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา	94