

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ข้อมูลเว็บไซต์วีดิทัศน์เอ็มคอตคอม	9
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
สถานที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการและผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของเว็บไซต์วีดิทัศน์เอ็มคอตคอม	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า	79
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผลการศึกษา	87
ข้อค้นพบ	89
ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	100
ภาคผนวก ข หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาและเผยแพร่ผลการศึกษา	107
ประวัติผู้เขียน	109

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
4 จำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์	17
5 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	18
6 จำนวนและร้อยละของทุนจดทะเบียน	18
7 จำนวนและร้อยละรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	19
8 จำนวนและร้อยละจำนวนพนักงานในองค์กร	19
9 จำนวนและร้อยละจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของลูกค้าทางอินเทอร์เน็ตต่อวัน	20
10 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์	20
11 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านราคา	21
12 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	22
13 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการตลาด	23
14 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านพนักงาน	24
15 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	25
16 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตาม ด้านกระบวนการ	26
17 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วิสิตูซีเอ็มคอตคอม ในภาพรวม	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	28
19 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านราคา ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	29
20 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	30
21 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านพนักงาน ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของเว็บไซต์ วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	33
24 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	34
25 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพรวม ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามเพศ	35
26 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	37
27 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	39
29 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	40
30 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านพนักงาน ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	42
31 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	43
32 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	45
33 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพรวม ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	47
34 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	49
35 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	50
36 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบัณฑิต ส่วนประสมการตลาด ด้านพนักงาน ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	54
39 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	56
40 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	58
41 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพรวมของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	60
42 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	63
43 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	65
44 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	67
45 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
46 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านพนักงาน ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	71
47 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	73
48 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	75
49 แสดงค่าเฉลี่ยและ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพรวม ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอม จำแนกตามรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อปี	77
50 ตารางแสดงรายละเอียดและจำนวนปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	84
51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของ ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ของเว็บไซต์วีลิตทูซีเอ็มคอตคอมต่ำสุด 10 อันดับแรก	89

๗

สารบัญภาพ

รูป

- 1 สักส่วนการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ
- 2 หน้าเว็บไซต์วีลิตทูลชีเอ็มคอตคอม

หน้า

- 2
- 9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved