

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษา	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
การรวบรวมข้อมูล	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ระยะเวลาในการศึกษา	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ	20
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ สีเขียวและเคมีภัณฑ์สิ่งทอ โดยจำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่สังกัดของ ผู้ตอบแบบสอบถามและทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบ สอบถามทำงานอยู่	27
ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียว และเคมีภัณฑ์สิ่งทอ บริษัท คาสคาตา (ประเทศไทย) จำกัด	51
ส่วนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียว และเคมีภัณฑ์สิ่งทอ โดยจำแนกตามตำแหน่ง, ฝ่ายที่สังกัดของ ผู้ตอบแบบสอบถามและทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบ สอบถามทำงานอยู่	56
ส่วนที่ 6 ปัญหาอื่นๆ ที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	80
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	90
สรุปผลการศึกษา	90
อภิปรายผลการศึกษา	104
ข้อค้นพบ	105
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	117
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	118
ภาคผนวก ข ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ (ตัวแปรที่ไม่พบว่ามีผลให้เกิดความแตกต่างในความพึงพอใจ ในปัจจัยส่วนประสมการตลาด)	127
ประวัติผู้เขียน	132

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ทำงานอยู่	21
4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	22
5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	24
6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	25
7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	27
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด	28
9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
17 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	50
18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	52
19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	54
20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการอยู่ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	60
22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	61
23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	62
24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรุนแรง ของปัญหาที่ลูกค้าพบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	63
25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด	64
26 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
27 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
28 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
29 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
30 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
32 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
33 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามฝ่ายที่สังกัดของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
34 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	81
35 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	83
36 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	85
37 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลูกค้าตามระดับความรุนแรงของปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่	87
38 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุปัญหาอื่นๆ ที่พบ	89
39 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	89
40 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	91
41 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	91
42 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความรุนแรงของปัญหา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	99
43 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความรุนแรงของปัญหา ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	99
44 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 10 อันดับแรก	107
45 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความรุนแรงของปัญหา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
46 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	108
47 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่สังกัด	109
49 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ	110
50 แสดงสรุปปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่สังกัด	112
51 แสดงสรุปปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ	113
52 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	126
53 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	126
54 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	127
55 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	127
56 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ทำงานในสถานประกอบการนี้	128
57 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลที่ตั้งของกิจการลูกค้า	128
58 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของกิจการ	129
59 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	129
60 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของกิจการ	130
61 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของกิจการ	130