

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม	4
ทฤษฎี และแนวคิด	4
ทบทวนวรรณกรรม	20
นิยามศัพท์	22
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	23
ขอบเขตของเนื้อหา	23
ขอบเขตของประชากร	24
วิธีการศึกษา	25
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
ระยะเวลาในการศึกษา	27
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
พฤติกรรมทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเว็บไซต์โทรศาสตร์	37
ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด	49
ปัญหาที่พบต่อส่วนประสมทางการตลาด	57
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	65

ความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อ	74
บทที่ 5 แผนการตลาด	82
แผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ www.thaibabyname.com	82
การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด	83
ปัญหาและโอกาสทางการตลาด	95
วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด	101
กลยุทธ์การตลาด	102
การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	105
ส่วนประสมทางการตลาด	108
การปฏิบัติ และควบคุม	117
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการศึกษา	120
การอภิปรายผล	130
ข้อจำกัดในการศึกษา	136
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	137
บรรณานุกรม	139
ภาคผนวก แบบสอบถาม	141
ประวัติผู้เขียน	153

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิม กับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	14
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และประเภทกลุ่มลูกค้า	29
3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน และประเภทกลุ่มลูกค้า	30
4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ และประเภทกลุ่มลูกค้า	31
5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา และประเภทกลุ่มลูกค้า	32
6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ และประเภทกลุ่มลูกค้า	33
7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และประเภทกลุ่มลูกค้า	34
8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ และประเภทกลุ่มลูกค้า	35
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตร และประเภทกลุ่มลูกค้า	36
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ ในการเข้าชมเว็บไซต์เกี่ยวกับโหราศาสตร์ต่อเดือน และประเภทกลุ่มลูกค้า	38
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ เกี่ยวกับโหราศาสตร์เว็บใดที่เข้าชมมากที่สุด และประเภทกลุ่มลูกค้า	39
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ ที่เข้าชมเว็บไซต์เกี่ยวกับโหราศาสตร์ และประเภทกลุ่มลูกค้า	40
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่ออื่น ๆ ที่เคยเข้าเยี่ยมชม และประเภทกลุ่มลูกค้า	41
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ ที่เข้าชมเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ และประเภทกลุ่มลูกค้า	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่ทำให้รู้จักเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และประเภทกลุ่มลูกค้า	43
16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมุมมองต่อเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และประเภทกลุ่มลูกค้า	45
17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแนะนำเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ให้กับผู้ที่รู้จัก และประเภทกลุ่มลูกค้า	46
18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการ ตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อแบบคิดค่าบริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com และประเภทกลุ่มลูกค้า	47
19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการ ตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อแบบคิดค่าบริการของเว็บไซต์อื่น ๆ และประเภทกลุ่มลูกค้า	48
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	49
21 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	52
22 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และแปลผลของความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	55
23 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
24 แสดงสรุปความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	56
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	57
26 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	60
27 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัญหาที่พบต่อส่วนประสมทางการตลาด ของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	63
28 แสดงสรุปปัญหาที่พบต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	63
29 แสดงสรุปปัญหาที่พบต่อส่วนประสมทางการตลาดของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	64
30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความสำคัญเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
31 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การเคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงสรุปค่าเฉลี่ย และแปลผลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ ตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	72
33 แสดงสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	72
34 แสดงสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	73
35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความต้องการในการใช้บริการ จากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
36 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลของระดับความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ ที่ให้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้ บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	77
37 แสดงสรุปความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีให้ความต้องการมากที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	80
38 แสดงสรุปความต้องการในการใช้บริการจากเว็บไซต์ที่ให้บริการตั้งชื่อ - เปลี่ยนชื่อ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีให้ความต้องการน้อยที่สุด 3 ลำดับแรก จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการตั้งชื่อ – เปลี่ยนชื่อของเว็บไซต์ www.thaibabynome.com	81
39 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ไทยโฮลีนเมคคอม (Thaiholynome.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	85
40 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์คำเลิศคอม (Kumled.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ฟอร์จูนเนมคอตคอม (Fortunename.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	87
42 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์มงคลนามคอตคอม (Mongkolnam.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	88
43 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์มหาหมอดูคอตคอม (Mahamodo.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	89
44 แสดงสรุปข้อมูลเว็บไซต์ไทยเบบี๋เนมคอตคอม (Thaibabynam.com) จำแนกตาม ลักษณะทั่วไป และส่วนประสมทางการตลาด	90

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved