

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อ
พานาโซนิค

ผู้เขียน นางสาวระพีพร เกษชนะโกก

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.รวีพร อุเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน ธรรมชาติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของสินค้า ถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยสอบถามจากร้านค้าปลีก ที่ซื้อสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 244 ร้านค้า การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มากที่สุด มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ เปิดดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 10 ปี โดยลักษณะการดำเนินธุรกิจของร้านค้าปลีกส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบบุคคลธรรมดา และมีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็ถึยี่ห้อพานาโซนิค (เดิมคือ “เนชั่นแนล”) สำหรับถ่านไฟฉายกลุ่มแมงกานีส และยี่ห้อพานาโซนิค สำหรับถ่านไฟฉายกลุ่มอัลคาไลน์ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรยี่ห้อพานาโซนิค(เดิมคือ“เนชั่นแนล”) เมื่อซื้อถ่านไฟฉายกลุ่มแมงกานีส Size D (ถ่านใหญ่) และSize AA (ถ่านจิ๋ว) และยี่ห้อพานาโซนิค เมื่อซื้อถ่านไฟฉายกลุ่มอัลคาไลน์ Size AA และ AAA และร้านค้าปลีกส่วนใหญ่เลือกช่องทางการซื้อสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิคโดยซื้อจากหน่วยรถของบริษัทตัวแทนจำหน่าย

จากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
ราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้พบว่าปัญหาในการซื้อและ
จำหน่ายสินค้าผ่านไฟฉายที่หือพามาโซนิคของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อยที่สุด และมีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคา
อยู่ในระดับน้อย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Satisfaction of Retailers in Mueang District, Chiang Mai Province
Toward The Marketing Mix Factors of Panasonic Batteries

Author Miss Rapeeporn Lertthanapok

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisarn Chairperson

Assistant Professor Teerakitti Nawarat Na Ayuttaya Member

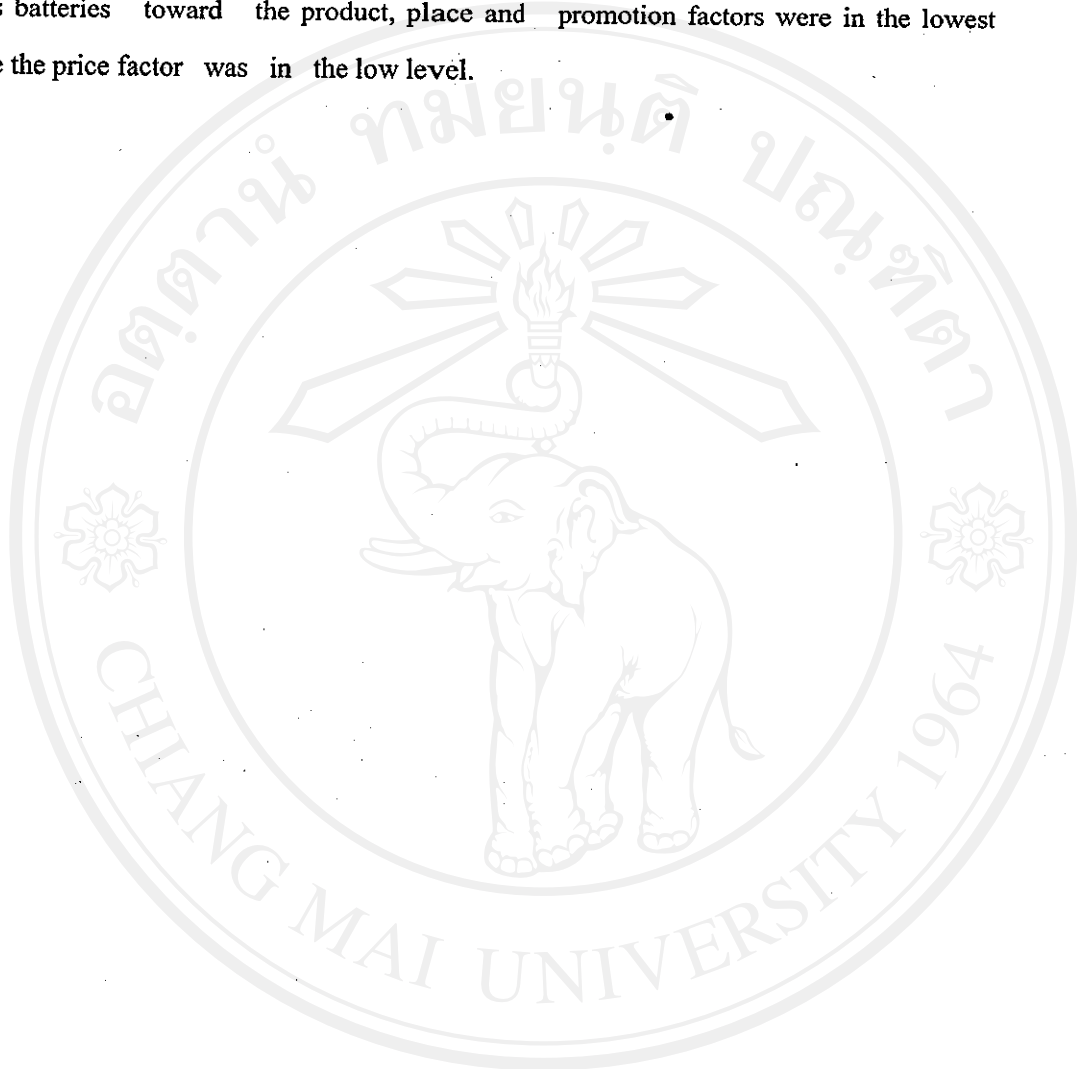
ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the Satisfaction of retailers in Mueang District, Chiang Mai Province Toward The Marketing Mix Factors of Panasonic Batteries. Questionnaires were used to collect data from 244 retailers which bought Panasonic batteries in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was analyzed and explained in form of frequency tables, percentages and means.

The results from the study were found that most of the respondents were female and in 31-40 years of age. Their education degrees were in high-school or vocational degree levels. Most respondents were private owners and operated their retail shops more than 10 years in form of an individual person. Most of their incomes were between 10,001-20,000 baht per month.

Their most favorite brand was Panasonic (used to be 'National') Manganese and Alkaline group of batteries. Most of the respondents chose to buy Panasonic (used to be 'National') Manganese batteries size D, AA and also chose Panasonic's Alkaline batteries size AA, AAA. Moreover, most retailers chose to buy Panasonic batteries from the agency's van.

For the comparison of expectation and actual perception of the respondents in marketing factors, it was found that the respondents were not satisfied with product, price, place and promotion factor. In addition, it was also found that the problems of buying and selling Panasonic's batteries toward the product, place and promotion factors were in the lowest levels while the price factor was in the low level.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved