

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิดทางการตลาดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	5
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
แนวคิดตลาดผู้ขายต่อ	8
แนวคิดการค้าปลีก	9
แนวคิดคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้	9
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	14
ระยะเวลาในการศึกษา	16
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริงของร้านค้าปลีก ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าถ่านไฟฉายพานาโซนิค	26
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้อและจำหน่ายสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	53
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการศึกษา	57
อภิปรายผล	66
ข้อค้นพบ	69
ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท พานาโซนิค ชิว เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด	87
ประวัติผู้เขียน	90

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการกำหนดตัวอย่างร้านค้าปลีกจำนวน 244 ร้านค้าจากร้านค้าที่ซื้อสินค้าผ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 800 ร้านค้าแบ่งตามเขตการชายเป็นตำบล รวมทั้งสิ้น 15 เขต	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหน้าที่ในกิจการของกลุ่มตัวอย่าง	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของกิจการต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	20
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการของกลุ่มตัวอย่าง	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบร้านค้าของกลุ่มตัวอย่าง	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อถ่านไฟฉายกลุ่มแมงกานีส ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อถ่านไฟฉายกลุ่มอัลคาไลน์ ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางซื้อถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อถ่านไฟฉายกลุ่มแมงกานีส (Size D) ที่ร้านค้ากลุ่มตัวอย่างขายมากที่สุด	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อถ่านไฟฉายกลุ่มแมงกานีส (Size AA) ที่ร้านค้ากลุ่มตัวอย่างขายมากที่สุด	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อถ่านไฟฉายกลุ่มอัลคาไลน์ Size AA ที่ร้านค้ากลุ่มตัวอย่างขายมากที่สุด	24

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ ถ่าน ไฟฉายกลุ่มอัลคาไลน์ Size AAA ที่ร้านค้ากลุ่มตัวอย่างชายมากที่สุด	25
17 ความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริง ของกลุ่มตัวอย่างที่มี ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	26
18 เปรียบเทียบความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริง ของกลุ่มตัวอย่างที่มี ต่อปัจจัยด้านราคาของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	31
19 เปรียบเทียบความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริง ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	33
20 เปรียบเทียบความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริง ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	36
21 สรุปเปรียบเทียบความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค	41
22 ความพึงพอใจของร้านค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าถ่านไฟฉาย พานาโซนิค ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	43
23 ความพึงพอใจของร้านค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าถ่านไฟฉาย พานาโซนิค ในปัจจัยด้านราคา	45
24 ความพึงพอใจของร้านค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าถ่านไฟฉาย พานาโซนิค ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	46
25 ความพึงพอใจของร้านค้าปลีกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าถ่านไฟฉาย พานาโซนิค ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	47
26 ความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค จำแนกตามกลุ่มอายุ	49
27 ความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดของสินค้าถ่านไฟฉายยี่ห้อพานาโซนิค จำแนกตามระดับรายได้	51
28 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	54
30	ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย	54
31	ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	55