

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อส่วน
 ประสมการตลาดของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ผู้เขียน นางสาวครุณี วงศ์ปึง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการ
 ร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ บริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้
 แบบสอบถามจาก ร้านค้า ที่เป็น ลูกค้าปัจจุบัน ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคคิง
 จำกัดผ่านตัวแทนจำหน่ายบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำนวน 265 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูล
 ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นเจ้าของกิจการ/ลูก
 เจ้าของกิจการ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา รูปแบบร้านค้าเป็นร้านค้า
 ปลีกในหมู่บ้าน/ร้านโชห่วย มียอดขายซื้อสินค้าจากบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด โดยเฉลี่ยต่อ
 เดือน น้อยกว่า 10,000 บาท มีเงื่อนไขการชำระเงิน เป็นเงินสด โดยได้ติดต่อซื้อสินค้ากับบริษัท
 จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด มาแล้ว 1-5 ปี

จากการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
 ของ บริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ ส่วนประสม
 การตลาดของผู้จัดจำหน่ายบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับได้
 ดังนี้ ด้านบุคลากร(พนักงานขาย) โดยในปัจจุบันย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับพึงพอใจมากใน
 วาจาสุภาพ ภาษาคำพูดเหมาะสม เข้าใจง่าย ด้านผลิตภัณฑ์ โดยในปัจจุบันย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
 ระดับพึงพอใจมากใน ความทันสมัยของสินค้า ความเรียบร้อย ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ ด้าน
 บุคลากร(พนักงานส่งของและพนักงานจัดเรียงสินค้า) โดยในปัจจุบันย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับ

พึงพอใจมากใน มารยาทในการขาย ความสุภาพอ่อนน้อม ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป โดยใน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับพึงพอใจมากใน แบบฟอร์มของพนักงานขาย จดจำง่าย และ น่าเชื่อถือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับพึงพอใจมากใน ความเรียบร้อยในการลงสินค้า และ จัดเรียง ด้านราคา โดยในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคา สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ ระดับพึงพอใจมากในบริการส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการขาย โดยในปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับพึงพอใจมากในโฆษณาผ่านสิ่งพิมพ์ เช่น แบนเนอร์ ป๊อปอัพ โปสเตอร์ มี ความทันสมัยอยู่เสมอ ตามลำดับ และมีความพึงพอใจปานกลาง ในปัจจัยด้านบุคลากร (เจ้าของ ศูนย์) โดยในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระดับพึงพอใจปานกลางในความมีน้ำใจและให้การ ช่วยเหลือทางด้านการค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Retailer Satisfaction Towards Marketing Mix of Jakkaras Marketing Company Limited
Author	Miss Darunee Wongping
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Assoc.Prof. Orachon Maneesong

Abstract

The objective of this independent study was to study the retailer satisfaction towards marketing mix of Jakkaras Marketing Company Limited. Questionnaires were used to collect data from 265 samples of retailers purchasing products of Unilever Thai Trading Company Limited from Jakkaras Marketing Company Limited. Data were then analyzed by using the descriptive statistics consisting of frequency, percentage and mean.

The findings showed that most respondents were female, aged between 31-40 years old, graduated in the primary school level, working as the business owners/being children of business owners whose business were grocery stores in small village. In each month, the purchasing amount done in cash with Jakkaras Marketing Company Limited was less than 10,000 baht. They had made transaction with Jakkaras Marketing Company Limited for 1-5 years.

The result of study on retailer satisfaction towards marketing mix factors of Jakkaras Marketing Company Limited presented that the respondents highly satisfied with the following factors in orderly. In people (sale person) factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to polited and easy-to-understand conversation of employees. In product factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the modern products in unblemished and clean packages. In people (product delivering officers and product arranging officers) factor, the

respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to good and polite manner of employees. In physical evidence factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the easy-to-recognized and trustful uniform of sale persons. In process factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the good product record and arrangement. In price factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the prices coinciding to the needs of buyers. In place factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the delivery service. In promotion factor, the respondents ranked the satisfaction at high level and their highest satisfaction was mentioned to the update advertisement via printed media such as banner, pop-up, and poster. However, in people (the owner) factor, the respondents ranked the satisfaction at moderate level and their highest satisfaction was mentioned to his/her generosity and trading assistance.