

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด ทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	14
สถานที่ใช้ดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อ	26
ส่วนประสมการตลาดของผู้จัดจำหน่ายบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลแสดงความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดของผู้จัดจำหน่าย บริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	44
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	62
สรุปผลการศึกษา	62
อภิปรายผลการศึกษา	68
ข้อค้นพบ	72
ข้อเสนอแนะ	74
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	76
ข้อจำกัดในการวิจัย	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
แบบสอบถาม	81
ประวัติผู้เขียน	89

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบร้านค้า	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ตั้งของร้านค้า	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ	20
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายรวม โดยเฉลี่ยต่อเดือนของร้านค้า	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด โดยเฉลี่ยต่อเดือน	21
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงื่อนไขการชำระเงินเมื่อสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ร้านค้าได้ติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคดิง จำกัด จากตัวแทนจำหน่าย	23
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ภาพลักษณ์ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	24
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความคิดถึงแรกที่คิดได้เมื่อนึกถึงบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	26
16	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	28
17	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	30
18	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย	32
19	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	34
20	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ทั่วไป	36
21	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (เจ้าของศูนย์)	38
22	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (พนักงานขาย)	39
23	แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ ร้านค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (พนักงานส่ง ของและพนักงานจัดเรียง)	42
24	แสดง ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจในภาพรวมการให้บริการ ของ บริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
25	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตาม ยอดการสั่งซื้อสินค้า	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	46
27	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	48
28	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	50
29	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	52
30	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	54
31	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (เจ้าของศูนย์) ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	56
32	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (พนักงานขาย) ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	57
33	แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (พนักงานส่งของและพนักงานจัดเรียง) ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	60
34	แสดงค่าเฉลี่ยและอันดับ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
35	แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้า ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท จักรราชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อสินค้า	66
36	แสดงอันดับความพึงพอใจน้อยที่สุด 15 อันดับในแต่ละปีจ้อย่อยของผู้ประกอบการร้านค้าและระดับความสำคัญในแต่ละปีจ้อย่อยในการเลือกผู้จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	69