

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เจ้าของกิจการและผู้จัดการร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรี ที่ได้  
จดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ และตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 47 ราย สถิติที่  
ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี การศึกษาระดับ  
ปริญญาตรี เป็นเจ้าของกิจการ มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์ถุงมากกว่า 7 ปี รายได้ของกิจการ  
ร้านค้าช่วงส่วนใหญ่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000 - 2,000,000 บาท ร้านค้าช่วงเลือกซื้อ  
ปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรีมากที่สุด โดยซื้อปูนซีเมนต์ถุงจากตัวแทนจำหน่ายบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง  
จำกัด (มหาชน) เหตุผลที่ร้านค้าช่วงเลือกซื้อปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรียี่ห้อต่างๆ เนื่องจากผู้ซื้อจะงตรายี่ห้อ

ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่าย  
ปูนซีเมนต์ถุงตราอินทรีอยู่ในระดับมากคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน  
ราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยพบว่า  
ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มาตรฐานสินค้า ปัจจัยย่อยด้านราคา  
ที่ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่ายที่ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจสูงสุดคือ การบริการจัดส่งสินค้า ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด  
ที่ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำ  
ให้ผู้บริโภคจำได้

ปัญหาของร้านค้าช่วงที่พบมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ คือถุงบรรจุภัณฑ์แตกง่าย ปัญหาด้านราคา  
คือราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือการไม่มีถุงบรรจุภัณฑ์สำรอง  
กรณีแตกเสียหาย และปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด คือการขาดการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด การ  
ชิงโชค การแจกแถม

The objective of this independent study was to study the satisfaction of sub-dealers towards the dealers of Insee bag cement marketing mix in Mueang District, Chiang Mai Province. The population were 47 sub-dealers who purchasing bag cement in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was analyzed with frequencies percentage and means.

The study showed that the respondents mostly were male, aged 41-50, owner and finished bachelor degrees, who were the key decision maker to select the brand and had over 7 years experience in business. The sub-dealers earned the average of 1,000,000-2,000,000 baht per month, purchasing Insee bag cement from dealers of Siam City Cement Public Company Limited because of specific brand in mind.

The satisfaction of sub-dealers towards the dealers of Insee bag cement marketing mix, the most result were product. The next were promotion price and distribution, respectively. Factors respectively for sub factors it was found that the product factors that had quality of the products was the most satisfaction, price factors that had perceive valued product concerning to price and quality, distribution factors that had the satisfaction of logistic, promotion factors that had the advertising campaign of Siam City Cement Public Company Limited and dealers.

Problems of sub-dealers in purchasing bag cement in Mueang District, Chiang Mai Province, the result were product: the easily broken of packaging, price: Insee price was higher than competitors, distribution: the shortage of spare bags for broken packaging, promotion: the lack of sales promotion program such as; discount coupon, lucky draw and free gifts.