



248690

ความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของบริษัทเดอบेल จำกัด สาขาอุดรธานี

อภิสิทธิ์ สุวรรณแทน

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
มีนาคม 2555

000255820

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



248690

ความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของบริษัทเดอบेल จำกัด สาขาอุดรธานี



อภิสิทธิ์ สุวรรณแทน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
มีนาคม 2555

ความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของบริษัทเคอเบลจำกัด สาขาอุดรธานี

อภิสิตี สุวรรณแทน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

  
.....ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์จำเนียร นุญมาก

  
.....  
รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

  
.....กรรมการ  
รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

  
.....กรรมการ  
อาจารย์ ดร.เจมกร ไชยประสิทธิ์

30 มีนาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ เรื่องความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของบริษัทเดอะเบลด จำกัด สาขาอุดรธานี สำเร็จลุล่วงได้ดี ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจากรองรองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์ ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษาแก่ผู้ศึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์และคณะผู้บริหารในหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด จังหวัดเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ได้กรุณาประสิทธิประสาทวิชาและให้ความรู้ความเข้าใจในวิชาการ ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารและทีมงานบริษัทเดอะเบลด จำกัด ที่ให้โอกาสในการศึกษาค้นคว้าตลอดจนให้ข้อมูลและสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด รุ่นที่ 2 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเป็นกำลังใจในการศึกษา

ขอขอบคุณ คุณพ่อวรจิต-คุณแม่เกษร สุวรรณแทน, คุณปวีณา สุวรรณแทน (พี่สาว), คุณวารุณี กาวิละ (ภรรยา) และเด็กชายภูวิชญ์ สุวรรณแทน (ลูกชาย) ผู้คอยเป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนการศึกษาด้วยความจริงใจเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแด่บุพการี คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย พระคุณบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

อภิสิทธิ์ สุวรรณแทน

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสม

การตลาดบริการของบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี

ชื่อผู้เขียน

นายอภิสิทธิ์ สุวรรณเทน

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

248690

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงาน ผู้จัดการหรือเจ้าของร้านค้าหลัก จำนวน 176 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนรูปแบบธุรกิจ ส่วนมากจะเป็นเจ้าของคนเดียว จำนวนพนักงานในร้าน มี 1-5 คน มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน ต่ำกว่า 50,000 บาท และสถานที่ตั้งอยู่ในจังหวัดอุดรธานีมีมากที่สุด

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เคอเบล จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

<b>Independent Study Title</b>	Wholesaler Satisfaction Towards Services Marketing Mix Factors of Durbell Company Limited, Udon Thani Branch
<b>Author</b>	Mr. Apisit Suwannatain
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Orachorn Maneesong

#### **ABSTRACT**

**248690**

The objective of this independent study was to study the wholesaler satisfaction towards services marketing mix factors of Durbell Company Limited, Udon Thani Branch. Questionnaires were used to collect data from 176 samples of wholesaler then analyzed by using the descriptive statistics consisting of frequency, percentage and mean.

The findings showed that the most respondents were female, business owners, aged between 31-40 years, graduated in bachelor degree level, business type is single owner, there were 1-5 staffs, the purchasing amount was less than 50,000 baht per month and the most location was in Udon Thani province.

The result of study on wholesaler satisfaction towards services marketing mix factors of Durbell Company Limited, Udon Thani Branch presented that the respondents highly satisfied with the following factors in orderly. In Physical evident Presentation or Service, People, Product, Place, Process, Promotion factors, the respondents ranked the satisfaction at high level and Price was ranked the satisfaction at moderate level.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีเอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวความคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>13</b>
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	13
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
ระยะเวลาในการศึกษา	16
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>17</b>
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า	18
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความสำคัญและความพึงพอใจของ ร้านค้าที่มีส่วนประสม ทางการตลาดบริการของบริษัทเดอบีล จำกัด ในปัจจัยด้านต่าง ๆ จำนวนทั้ง 7 ปัจจัย	24
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อ ต่อเดือน	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านจำแนกตามเขตความรับผิดชอบ	41
ตอนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านจำแนกตามเขตความรับผิดชอบ และกลุ่มขอต่อการสั่งซื้อต่อเดือน	50
ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการและ ข้อเสนอแนะที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำนวน 176 ราย	65
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	67
สรุปผลการศึกษา	67
อภิปรายผลการศึกษา	73
ข้อค้นพบ	73
ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
แบบสอบถาม	81
ประวัติผู้เขียน	87

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานในร้าน	20
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ตั้ง	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตความรับผิดชอบ	23
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์	24
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านราคา	25
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย	26
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด	27
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านบุคคล	28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	29
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านกระบวนการ	30
18 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานีที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ	31
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์	32
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านราคา	33
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย	34
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด	35
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านบุคคล	36
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านกระบวนการ	38
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวม	39
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านผลิตภัณฑ์	41
28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านราคา	42
29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านการจัดจำหน่าย	43
30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด	44
31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านบุคคล	45
32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพหรือการบริการ	46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านกระบวนการ	47
34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้า ที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวม	48
35 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขต ความรับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี ต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน	50
36 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขต ความรับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี ต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน	55
37 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขต ความรับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มี ต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน	60
38 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและข้อเสนอที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดบริการของบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี	65
39 แสดงระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมจำแนกตามเขตความรับผิดชอบและกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	71