



ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ
ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์
อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

เปรมกมล เจริญมั่นคงวงศ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กรกฎาคม 2554

๖๐๐๒๔๙๖๙๒

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



245479

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์
อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่



เปรมกมล เจริญมั่นคงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2554

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ
ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์
อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

เปรมกมล เจริญมั่นคงวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


.....ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย


.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชชานติ


.....กรรมการ

นางสาวมีธนา สฤษดิ์น้ำ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชชานติ

25 กรกฎาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และ อาจารย์ ดร.ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ประธานการสอบ การค้นคว้าแบบอิสระผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำในการค้นคว้า ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ นางสาวมีธนา สฤษดิ์น้ำ ที่กรุณาร่วมเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงคณาจารย์ ผู้ร่วมสอนทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาของค้ความรู้อันต่างๆ จนผู้ศึกษาสามารถนำวิชาความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบการจัดทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น Ex-MBA 9 ทุกคนที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือประสานงานด้วยดีตลอดมา และเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมาจนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เปรมกมล เจริญมั่นคงวงศ์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม
การตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเกียรติ
กมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวเปรมกมล เจริญมั่นคงวงศ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชุสานติ

บทคัดย่อ

245479

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งมีจำนวน 400 คนการเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยใช้แบบสอบถาม และนำผลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35 - 44 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ทำอาชีพรับจ้างทั่วไป มาซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านเกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าเดือนละ 6 ครั้ง ตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านเกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยตนเอง ประเภทของวัสดุก่อสร้างที่ซื้อจากร้านเกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งล่าสุด คือ ปูนซีเมนต์ มูลค่าของวัสดุก่อสร้างที่ซื้อจากร้านเกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งล่าสุด 1,000 - 5,000 บาท วิธีการ/เงื่อนไขชำระเงินค่าวัสดุก่อสร้าง ชำระด้วยเงินสด ร้านค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง นอกจากร้านเกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ร้าน ไทยอูย เหตุผลที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ คือ การมีวัสดุก่อสร้างให้เลือกอย่างหลากหลาย

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากที่สุดในแต่ละด้าน มีดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีวัสดุก่อสร้างให้เลือกหลากหลาย ปัจจัยด้านราคา คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ ที่ตั้งของร้านที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การที่พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และให้คำแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับการก่อสร้างได้

| | |
|----------------------------------|---|
| Independent Study Title | Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Kietkamon Panit Construction Material Store in Saraphi District, Chiang Mai Province |
| Author | Miss Premkamon Charoenmankhongwong |
| Degree | Master of Business Administration |
| Independent Study Advisor | Associate Professor Sirikiat Ratchusanti |

ABSTRACT

245479

This independent study aimed at exploring customer satisfaction towards marketing mix of Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 400 customers of Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province. The given data were then analyzed by descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were male, aged between 35-44 years old, and with 10,000 – 20,000 Baht monthly incomes. Their education level was high-school and lower. They were general employees. They came to use services of Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province more than 6 times per month. They made buying decision towards construction materials by themselves. Their latest purchase at Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province was cement powder. They spent 1,000 – 5,000 Bath on their latest purchase. They paid for their purchase in cash. Besides Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province, they purchased construction materials from Thai-Oui Store. The main reason they purchased construction materials from Kietkamon Panit Construction Materials Store in Saraphi District, Chiang Mai Province was the wide selection of construction materials.

According to the study, the elements of marketing mix which they had high satisfaction with were Product, Price and Place, respectively. The element of marketing mix which they had moderate satisfaction with was Promotion. The sub-factors that the respondents had highest satisfaction with for each marketing mix were as followed. In term of Product, it was the wide selection of construction materials. In term of Price, it was the accuracy of pricing. In term of Place, it was the accessible location. In term of Promotion, it was informative staffs on construction materials and in giving advice to customers about products.

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ฉ |
| สารบัญ | ๗ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 หลักการและเหตุผล | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ | 3 |
| 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา | 3 |
| 1.4 นิยามศัพท์ | 4 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิด และทฤษฎี | 5 |
| แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า | 5 |
| ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด | 5 |
| 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 7 |
| ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ | 9 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา | |
| 3.1 ขอบเขตการศึกษา | 12 |
| 3.2 วิธีการศึกษา | 13 |
| 3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล | 15 |
| 3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ | 15 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม | 16 |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ | 25 |
| ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ | 35 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ อาชีพ และจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง | 40 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ | |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 67 |
| 5.2 อภิปรายผล | 75 |
| 5.3 ข้อค้นพบ | 77 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ | 91 |
| บรรณานุกรม | 97 |
| ภาคผนวก | 99 |
| ประวัติผู้เขียน | 110 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|----|
| 4.1 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 16 |
| 4.2 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ | 17 |
| 4.3 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน | 17 |
| 4.4 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา | 18 |
| 4.5 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 18 |
| 4.6 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง ร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อเดือน) | 19 |
| 4.7 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ | 20 |
| 4.8 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทของวัสดุก่อสร้าง ที่ท่านซื้อจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งล่าสุด | 21 |
| 4.9 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม มูลค่าของวัสดุก่อสร้างที่ท่านซื้อจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งล่าสุด | 22 |
| 4.10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการ/เงื่อนไขในชำระเงินค่าวัสดุก่อสร้างของท่าน | 23 |
| 4.11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม นอกจากการซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ แล้วท่านซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าใดอีกบ้าง | 23 |
| 4.12 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่ท่านที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้าน เกียรติกมลพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ | 24 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4.13 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | 25 |
| 4.14 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา | 27 |
| 4.15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ | 29 |
| 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | 32 |
| 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม | 34 |
| 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ | 35 |
| 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา | 36 |
| 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ | 37 |
| 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | 38 |
| 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ | 40 |
| 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ | 42 |
| 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ | 44 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--|------|
| 4.25 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ | 46 |
| 4.26 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอาชีพ | 48 |
| 4.27 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ | 50 |
| 4.28 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ | 52 |
| 4.29 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ | 54 |
| 4.30 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง | 56 |
| 4.31 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง | 59 |
| 4.32 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง | 61 |
| 4.33 | แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุ ก่อสร้าง | 64 |
| 5.1 | แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ | 79 |
| 5.2 | แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ | 81 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--|------|
| 5.3 | แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาภาค ของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ | 83 |
| 5.4 | แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามเพศ | 85 |
| 5.5 | แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ | 87 |
| 5.6 | แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง | 89 |