ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Satisfaction with business operation with Haadthip Public Company Limited of wholesale retail business in Amphur Muang Surat Thani

สมมิตร วีระกิติกุล

Sommit Weerakitikul

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master Business Administration

Prince of Songkla University

2561

ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Satisfaction with business operation with Haadthip Public Company Limited of wholesale retail business in Amphur Muang Surat Thani

สมมิตร วีระกิติกุล

Sommit Weerakitikul

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master Business Administration

Prince of Songkla University

2561

ชื่อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้เขียน นายสมมิตร วีระกิติกุล

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

.....กรรมการ

(ดร.จินตนีย์ รู้ซื่อ)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงเยาว์ เมืองดี)

.....

(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้เขียน นายสมมิตร วีระกิติกุล
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยตัวผู้ศึกษาวิจัยเองตามจำนวนที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เขตเทศบาลตำบลขุนทะเล และเขตเทศบาลตำบลท่าทอง การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนที่ 1 จะใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) โดยหาคะแนนเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย T-test และ โดยการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way-ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ Scheffe/s multiple contrasts เขียนแบบความเรียง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขนาดของร้านค้ามียอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ทำเลที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในชุมชนตัวเมือง ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภคบริโภคด้วย เป็นร้านค้าปลีก ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า5 ปี ขึ้นไป และยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5,000 บาท ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด

(มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มี 3 ด้านที่อยู่ในระดับมากคือด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ส่วนอีก 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีความหลากหลายของสินค้า ประเภทร้านค้า ระยะเวลาการเป็นคู่ค้ามียอดขายของบริษัทหาดทิพย์ฯ/เดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกัน ส่วน ขนาดของร้านค้า ทำเลที่ตั้งของร้านค้า มีความแต่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะบริษัทควรมีวัสดุส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า เช่น ผ้ากันเปื้อน, ผ้าปูโต๊ะ, กล่องใส่กระดาษ, กล่องใส่ช้อน-ใส่ตะเกียบ, รถเข็นเครื่องดื่ม ควรจัดทำให้มากกว่านี้ การจัดทำป้ายชื่อร้านค้า น้ำหมด, น้ำขาดสีบ่อย อยากให้บริษัทฯเพิ่มกำลังผลิตให้มากกว่านี้ เพิ่มปริมาณบรรทุกให้มากกว่านี้ ร้านค้าจะได้ไม่ต้องไปหาซื้อน้ำบางตัวมาเพิ่ม การส่งเสริมการขายจัดกับร้านค้าปลีกด้วย เพราะหากจัดเฉพาะห้างหรือร้านค้าส่ง ห้าง/ร้านค้าส่ง จะนำมาวางขายถูกกว่าร้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกขายไม่ได้ และอยากให้บริษัทฯกลับไปขายรูปแบบเดิม คือ บรรทุกน้ำเต็มคันออกมาเร่ขาย เพราะการขายล่วงหน้าแบบปัจจุบัน รถขายจะบรรทุกน้ำมาจำกัดตามยอดสั่ง หากร้านค้าต้องการซื้อน้ำเพิ่มจากที่สั่งไม่สามารถซื้อได้ บริษัทฯมีการปรับราคาสินค้าขึ้น-ลง ทุกๆเดือน แม้ขึ้น-ลงไม่มาก แต่มีผลต่อร้านค้า เพราะร้านค้าต้องขายราคาเดิม/ราคาเดียวตลอด

Minor Thesis Title: satisfaction of conducting business with Haadthip Hatthip Co., Ltd. (Public) of retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani

Author: Mr. Sommit Weerakitikul

Major: Business Administration

Academic Year: 2017

Abstract

This research has a purpose 1) To study the level of satisfaction of conducting business with Haadthip Co., Ltd. (Public) of retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani 2) To identify factors that are associated with Satisfaction level to proceed with the business of Haadthip Co., Ltd. (Public) of retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani. The data collection using send 400questionnaire by researchers follow number of samples which calculated in Surat Thani Municipality, Khun Talay District Municipality and Tha Thong District Municipality. The analysis of personal information and general information of the respondents. In Part 1, use the Mean then come out as a percentage by find the average score of Mean and Standard Deviation and comparative analysis of differences between groups by T-test and comparison F-test (One-Way-ANOVA), when it is found to be different, it compares the difference in pairs with Scheffe/s multiple contrasts and write the type of essay. The results as follows:

The research found that the most of the respondents were women, 35-45 years old has undergraduate Degree, The size of the shop is less than 10,000 baht / month. The location of the shop is in the downtown area. The variety of products in the beverage store and consumer goods are retailer shops and partners and Sales Of Hatthip Co., Ltd. (Public) duration 5 years or more. Less than 5,000 baht /month.The satisfaction with business operation with Haadthip Co., Ltd. (Public) of retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani. The overall level is very high and when classified on the side found that satisfaction with business operation with

Haadthip Co., Ltd. (Public) of retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani all six sides have 3 sides in very high level is the product, convenience of buying, price is reasonable, 3 aspects are moderate is service of the company / employee, promotion factor and business for the society. The satisfaction comparison to retailer operators, wholesale in Aumpher Muang, Surat Thani with sex, old, degrees has variety of goods. The shop type duration of the partnership is the sales of Haadthip / month of respondents did not differ. In the part of shop, the location was statistically significant differences at the .0 5 level. Suggestion: The companies should have promotional material for the store such as apron, tablecloth, paper holder, spoon set - put the chopsticks, beverage cart, labeling of shops, water runs out and want to increase the production capacity of this company, Increase the volume of this truck, shop will not have to buy some water to add. Sales promotion with retailers, if you have a store or store shop / shop delivery will be sold cheaper than retail stores which retailers do not sell and want to return to the original model is full water tank to sell, because of the current advance sales the car will be limited by the order. If you want to buy more water from the order cannot buy the company has adjusted the price - up every month. Even up - own not much. But it affects to the shop because shop must sell the same price / price throughout.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงเยาว์ เมืองดี และดร.จินตนีย์ รู้ซื่อ กรรมการสอบ ที่ได้ให้ความรู้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่ง งานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์พิเศษและเจ้าหน้าที่ ประจำหลักสูตร วิทยาลัยชุมชนสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี และวิทยาเขตหาดใหญ่ ทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ แนวคิด คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาตลอดหลักสูตรและการทำสารนิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์

สมมิตร วีระกิติกุล

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		(3)
ABSTRACT		(5)
กิตติกรรมประกาศ		(7)
สารบัญ		(8)
สารบัญตาราง		(10)
สารบัญภาพ		(15)
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาของปัญหาและปัญหา	1
	วัตถุประสงค์	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
	ขอบเขตการวิจัย	3
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	ข้อมูลบริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)	4
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	6
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	15
3	วิธีดำเนินการวิจัย	16
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
	วิธีการสุ่มตัวอย่างและการรวบรวมข้อมูล	18
	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	19
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
	การวิเคราะห์ข้อมูล	20
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4		
	ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	21
	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง	26
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง	32
5	สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	59
	สรุปผลการวิจัย	59
	อภิปรายผล	67
	ข้อเสนอแนะ	68
	บรรณานุกรม	71
	ภาคผนวก	76
	ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	แสดงจำนวนประชากร	16
3.2	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	17
3.3	สัดส่วนร้านค้ากลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่	18
4.1	จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ	22
4.2	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ	23
4.3	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	23
4.4	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ขนาดของร้านค้า	24
4.5	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ทำเลที่ตั้งของร้านค้า	24
4.6	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความหลากหลายของสินค้าในร้าน	25
4.7	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทร้านค้า	25
4.8	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นคู่ค้า	26
4.9	จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน	26
4.10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม	27
4.11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	28

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา	29
4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม	30
4.14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	31
4.15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	32
4.16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	33
4.17	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ	34
4.18	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ	35
4.19	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา	37
4.20	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านตัวผลิตภัณฑ์	38

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีกค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความสะดวกในการซื้อหา	39
4.22	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า	40
4.23	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านความสะดวกในการซื้อหา	41
4.24	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านราคาที่เหมาะสม	42
4.25	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	43
4.26	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	44
4.27	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้าด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	45
4.28	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า	46

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.29	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านในตัวผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับ	47
4.30	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านความสะดวกในการซื้อหา	48
4.31	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านราคาที่เหมาะสม	49
4.32	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	50
4.33	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	51
4.34	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	52
4.35	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าในร้าน	53
4.36	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทร้านค้า	54
4.37	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระยะเวลาการเป็นคู่ค้า การศึกษา ด้านตัวผลิตภัณฑ์	55

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.38	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน	57

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	15

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง เป็นธุรกิจสำคัญในการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจขยายตัวทั้งในระดับประเทศ และระดับจังหวัด จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจปี 2556 ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง มีมูลค่าตลาด 1.5 ล้านล้านบาท และ คาดว่าแนวโน้มในปี 2561-2562 ทั้งจากการขยายตัวของสังคมเมือง จากการเปิดตลาด AEC จากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศ รวมทั้งการที่สินค้าและบริการขยายตัวเอง มูลค่าตลาดจะมีโอกาสโตไปถึง 1.6 ล้านล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ , 2557) ซึ่งอาหารและเครื่องดื่มคือธุรกิจสำคัญของการค้าปลีก ค้าส่ง เฉพาะเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เพียงอย่างเดียวมีมูลค่าตลาดในประเทศมากกว่า 200,000 ล้านบาท ในปี 2557 และ 64.9% ของจำนวนดังกล่าวก็อยู่ในธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ที่เหลืออีก 35.1% อยู่ในธุรกิจอื่นๆ (รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย , 2557)

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2512 ในชื่อบริษัท “นครทิพย์ จำกัด ” ต่อมาในปี 2521 ได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็นบริษัท “หาดทิพย์ จำกัด” ในปี 2531 ได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และในปี 2537 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ภายใต้ชื่อ “บริษัท หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน)“ โดยครองส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมในปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 81 ของมูลค่าการตลาด 6,200 ล้านบาทในภาคใต้(บริษัท เอ ซี นีลเส็น(ประเทศไทย)จำกัด,2557) และมุ่งหวังที่จะรักษาส่วนแบ่งการตลาดระดับนี้ไว้ให้ได้ในปี 2558 และปีต่อๆไป ซึ่งจากสภาพที่ผลิตภัณฑ์เอส- โคล่า ของบริษัท เสริมสุข จำกัด(มหาชน) ภายใต้การบริหารงานของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด(มหาชน) ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเท่าที่ควร ขณะที่ผลิตภัณฑ์เป๊ปซี่ภายใต้การบริหารของ บริษัท เป๊ปซี่ -โคล่า (ไทย) เทรดดิ้ง จำกัด ยังไม่มีความพร้อมทั้งในด้านการผลิตและการกระจายสินค้า แต่ทั้งสองบริษัทมีความพร้อม ในด้านงบประมาณ เหนือกว่าบริษัท หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทเล็กๆในระดับท้องถิ่น ดังนั้นภาวการณ์แข่งขันในปี 2558 และปีต่อๆไป บริษัท หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) จะต้องได้รับการสนับสนุนทั้งในด้านงบประมาณ

ด้านการออกสื่อโฆษณา ด้านวัสดุ-อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย และด้านอื่นๆ จากบริษัทโคคา- โคล่า ประเทศไทย จำกัด ที่มากพอสำหรับการการรักษาตลาดในพื้นภาคใต้ มีกลยุทธ์สำคัญในด้านการตลาดของบริษัท หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ในปี 2558 คือบริษัทฯ ยังมุ่งเน้นนโยบายส่งมอบความสดชื่น ในรูปแบบของโค้ก ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมแข่งขันฟุตบอล แข่งขันฟุตซอล แข่งขันวอลเลย์บอล แข่งขันวิ่งมาราธอน และกิจกรรมกีฬาอื่นๆ และมีการสานต่อนโยบายสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชาวใต้ ภายใต้แนวคิดต่างๆ เช่น “หาดทิพย์ เป็นส่วนหนึ่งของภาคใต้ ” “40 ปี หาดทิพย์เคียงข้าง ผูกพัน” “ยามทุกข์เคียงข้าง ยามสุขผูกพัน” เป็นต้น (รายงานงบการเงิน บริษัท หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ปี 2556 , 2557)

นอกจากนี้ปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป นักขายและนักการตลาดจำเป็นจะต้องใส่ใจ และให้ความสำคัญกับการทำงานเชิงรุกมากยิ่งขึ้น ต้องตั้งกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และต้องดูแลลูกค้าปัจจุบันของเราไว้ให้อย่างดีที่สุด ต้องมีความรู้ความเข้าใจมูลเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าอย่างลึกซึ้ง ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพ ในการตอบสนอง ความต้องการของร้านค้าเมื่อต้องการสินค้าหรือต้องการความช่วยเหลือ การสร้างความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจในส่วนของโรงงานผู้ผลิต การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ ใช้กับร้านค้าได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น ทั้งนี้ปัจจัยดังที่กล่าวไปก็เพื่อจะได้ตอบสนอง ความต้องการและช่วยเหลือลูกค้าได้อย่างตรงเป้าประสงค์ของลูกค้ามากที่สุด เมื่อลูกค้ามี ความพึงพอใจในสินค้าและบริการแล้วก็มักจะให้ความไว้วางใจที่ จะสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทผู้ผลิต และผู้แทนจำหน่ายอย่างต่อเนื่องส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายบรรลุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเช่นกัน ดังความสำคัญที่ เกี่ยวกับการเจริญเติบโตของธุรกิจร้านค้าและความสำคัญของการสร้าง ความพึงพอใจกับลูกค้าที่จะส่งผลต่อผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม โดยเฉพาะด้านความพึงพอใจ ของลูกค้าจะมีผลต่อปริมาณการสั่งซื้อแล้วนั้น ผู้วิจัยในฐานะที่ อยู่ในธุรกิจการจัดจำหน่าย ของบริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ให้กับร้านค้าในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงเห็นความสำคัญของการที่ จะทำการศึกษาปัจจัย ต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งได้แก่ร้านค้าต่าง ๆ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ ต่อองค์กรซึ่งเป็นบริษัทหาดทิพย์จำกัด (มหาชน) และเพื่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างตรงกับความต้องการ และเพื่อสร้างความได้เปรียบใน การแข่งขันทางธุรกิจต่อไปในอนาคตอันใกล้นี้

2.วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1ทำให้ได้ทราบระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.2 ทำให้ได้ทราบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการทำวิจัยในครั้งนี้ ไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ร้านค้าของบริษัทหาดทิพย์ เฉพาะที่อยู่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลขุนทะเล และเทศบาลตำบลท่าทอง อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.2 พื้นที่ในการวิจัย

พื้นที่ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลขุนทะเล และเทศบาลตำบลท่าทอง อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ข้อมูลบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

2.1 ข้อมูลบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิต จำหน่าย และกระจายผลิตภัณฑ์ของบริษัทโคคา-โคลา ทั้งที่เป็นประเภทอัดลมและไม่อัดลม สำหรับความต้องการในการบริโภคในทุกโอกาสในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าของเรามากกว่า 1 พันล้านขวด และหรือ กระป๋อง ในภูมิภาคนี้ในปี พ.ศ. 2557 หาดทิพย์มีพนักงานมากกว่า 2000 คน ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ (ภาคใต้ประกอบด้วย 14 จังหวัด จาก 77 จังหวัดของประเทศไทย) ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในโรงงาน, คลังสินค้า, และสำนักงานต่างๆ ทั่วพื้นที่ พนักงานเหล่านี้ทำให้เรามั่นใจได้ว่าลูกค้าและผู้บริโภคของเรา ซึ่งมีมากกว่า 9 ล้านคน จะได้รับสินค้าและการบริการที่ยอดเยี่ยมจากบริษัทฯ ในทุกๆ วัน หาดทิพย์ มีความมุ่งมั่นที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มาจากสินค้าและการปฏิบัติงานของเราให้น้อยที่สุดผ่านการวางแผนยุทธศาสตร์ทางด้านความยั่งยืนโดยเน้นในเรื่องของการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ การประหยัดพลังงานและการรักษาสภาพชั้นบรรยากาศ บริษัทฯ สามารถคืนจำนวนของน้ำที่นำมาใช้ในการผลิตกลับสู่ธรรมชาติในอัตราที่เท่ากันได้ในปี 2555 - สำเร็จก่อนแผนที่ได้อ้างไว้ถึง 8 ปี หาดทิพย์ได้รับการรับรองจาก ISO 14001 : 2004 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลระดับสูงสุด ในด้านการ

บริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ด้วยนวัตกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำมาใช้ทำให้เราสามารถใช้จำนวนพลาสติกลดลงถึงปีละ 1700 ตันต่อปี นอกจากนี้แล้วหาดทิพย์ยังสามารถลดการใช้พลังงานลงในกระบวนการทำงานต่างๆ ถึง 10 เปอร์เซ็นต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 และมากกว่า 99 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนขยะจากโรงงาน และสถานที่ประกอบการได้รับการจัดเก็บและนำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการรีไซเคิล บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดแก้วทั้งหมดของหาดทิพย์สามารถนำกลับมาใช้ได้ทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ และประกอบด้วยวัสดุที่รีไซเคิลมาแล้ว โดยเฉลี่ย 30 เปอร์เซ็นต์ บรรจุภัณฑ์ประเภท PET หรือพลาสติก สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้ง 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องของหาดทิพย์นั้นทำจากวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ทั้ง 100 เปอร์เซ็นต์ และประกอบด้วยวัสดุที่ได้รับการรีไซเคิลมาแล้วประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนทั้งหมด ในปัจจุบัน หาดทิพย์กำลังเดินทางอยู่เพื่อไปให้ถึงเป้าหมายของการบริหารจัดการ สภาพชั้นบรรยากาศซึ่งได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานของบริษัท โดยวัดและคำนวณหาค่าของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศจากกระบวนการผลิตและกระจายสินค้าของเรา ซึ่งเราได้ร่วมกับองค์กร Thailand Carbon Trust เพื่อหาค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากวงจรชีวิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ของเรา ณ วันนี้ หาดทิพย์ ผลิต จำหน่าย และกระจายสินค้าภายใต้แบรนด์ต่างๆ เหล่านี้ โคคา-โคลา, โค้กไลท์, โค้ก ซีโร่, แฟนต้า, สไปรท์, ชเวปส์มะนาวโซดา, ชเวปส์โซดา, ชเวปส์โทนิค, ชเวปส์จินเจอร์ เอล, มินิท เมด สแปลช, มินิท เมด ปัลปี้, นูตริบู้สท์, ฮาบุ, เอแอนด์ดับเบิลยู, และน้ำทิพย์ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของเราครอบคลุมการบริโภคเกือบทุกโอกาส ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความสดชื่น, สุขภาพ, ทดแทนความต้องการน้ำ และการสังคม ใน 4 ทศวรรษ ที่ผ่านมานับจากจุดกำเนิดของบริษัทฯ หาดทิพย์ยังครองความเป็นผู้นำตลาดน้ำอัดลมในภาคใต้มาอย่างต่อเนื่อง และยังคงดำเนินการต่อไปในความเป็นผู้นำด้วยการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ทางด้านผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยมีความยึดมั่นในการทำธุรกิจแบบยั่งยืนต่อไปในอนาคต เพื่อเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและท้องถิ่นที่เราอาศัยอยู่

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมาย แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ตามความหมายของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (2556) ได้ให้ความหมายว่า พอใจ ชอบใจ ชื่นชอบ

สิริรัตน์ ปิติพัฒนพงศ์ (2557) อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคล เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

ศรัณย์ วีสเพ็ญ (2555) ได้นิยามความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่งความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้ สิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรืออาจหมายถึง ความรู้สึกดังกล่าวที่ดีของบุคคลได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการและคาดหวังความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละ บุคคลย่อมแตกต่างกันอาจจะเนื่องมาจากลักษณะส่วนบุคคลของแต่ละคน

ธมกร ดุลยปกรณ์ชัย (2556) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงความรู้สึกที่เป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความตองการในสิ่งที่ขาดหายไป โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นได้เน้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

ชริณี เดชจินดา (2535:18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

วรูม (Vroom. 1964: 99, อ้างถึงใน มีนา อ่องบางน้อย, 2553) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถใช้แทนกันได้ เพราะคำสองคำนี้ หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น ๆ

มอร์ส (Morse. 1955: 27, อ้างถึงใน มีนา อ่องบางน้อย, 2553) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลง ถ้ามีความเครียดมาก จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำกิจกรรมต่างๆ

จากนิยามดังกล่าว ผู้ทำการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ(Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับการตอบสนองหรือได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการ ซึ่งเป็นทัศนคติด้านบวกและสามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ความพึงพอใจของร้านค้าปลีก ค้าส่งกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน)จึงหมายถึง

1.) ตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ การซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ซึ่งสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ (Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need)

2.) ความสะดวกในการซื้อหา หมายถึง การคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ถ้าต้องการซื้อในจำนวนมากและได้ราคาถูกควรไปที่ไหน ถ้าต้องการซื้อเพียงชิ้นเดียวและซื้อได้อย่างรวดเร็วควรไปที่ไหน เป็นต้น

3.) ราคาที่เหมาะสม หมายถึง ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค หากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป เป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าและ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน

4.) การให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน หมายถึง เป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือคนที่มาขอรับบริการ บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจและสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้

5.) ปัจจัยส่งเสริมการขาย หมายถึง การส่งเสริมการขายนั้นก็เพื่อ เป็นการกระตุ้นยอดขายของกิจการ และ การแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับ ความพึงพอใจที่ดีของลูกค้าในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้า เพื่อการสร้างเครือข่ายความเป็นไปได้ ในการเลือกบริโภคหรือ

อุปโภคสินค้านั้นๆ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการแนะนำสินค้าโดยอาศัยช่องทางแบบปากต่อปาก หรือเพื่อนสู่เพื่อนต่อไป และถ้าจะให้ผมสรุป "การส่งเสริมการขายคือการสนับสนุนการสร้างราคาสินค้าเฉพาะเจาะจง/การสร้างมูลค่าตราสินค้า การสร้างกลุ่มลูกค้าถาวร และการสร้างภาพพจน์ของกิจการ" นั่นเอง

6.) การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม หมายถึง กิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจมาบวกกับความรู้และนวัตกรรมสังคม มีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค และมีการนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น คุณลักษณะสำคัญของกิจการเพื่อสังคมมีอะไรบ้าง 1.มีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม 2.มีรูปแบบการดำเนินการที่มีความยั่งยืนทางการเงิน 3.เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 4.ผลกำไรกลับคืนสู่สังคม และเป้าหมายที่กำหนดไว้ 5.ดำเนินการอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล

การวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้ หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถาม ดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและ วิธีการที่ดี จะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล 9 เป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่าง จริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

สรชัย พิศาลบุตร (2549 : 8-12) อธิบายว่า วิธีวัดความพึงพอใจ โดยทั่วไปสามารถวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีวัดความพึงพอใจจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากการสอบถามความคิดเป็นของผู้ใช้บริการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เกี่ยวกับบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านที่ได้รับจากผู้ให้บริการ โดยที่ผู้ใช้บริการจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาเป็นระยะเวลานานมากพอที่จะประเมินคุณภาพของบริการที่ได้รับในแต่ละด้านได้

2. วิธีวัดความพึงพอใจจากข้อมูลที่สามารถสะท้อนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นสำหรับวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อความรวดเร็วในการให้บริการฝากหรือถอนเงินจากธนาคาร เกณฑ์ที่ตั้งขึ้นในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝากหรือถอนเงิน คือ สอบถามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ใช้บริการแต่ละรายได้รับบริการเสร็จผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก แต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ

วิมลสิทธิ หรยางกูร (2526 อ้างใน สุธาดา สนธิเวช, 2551)การวัดความพึงพอใจในการใช้บริการ อาจจะกระทำได้หลายวิธีดังนี้

1) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมกันใช้อย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบ ไว้ให้เลือกคำตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ เป็นต้น

2) การสัมภาษณ์เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีที่จะต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและ มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3) การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยวิธีการสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัด ความพึงพอใจโดยวิธีนี้ผู้วัดจะต้องทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนแน่นอน จึงจะสามารถประเมิน ถึงระดับ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อบริการนั้น สามารถที่จะวัดได้หลายวิธีทั้งนี้ จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะวัดความพึงพอใจของร้านค้าปลีก ค้าส่งที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ฯโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 และ 2 จะมีคำถามพร้อมระบุคำตอบให้ร้านค้าเลือกตอบได้เลย ส่วนที่ 3 จะให้ร้านค้าแสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะต่างๆ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุขฤดี เกษมพิพัฒน์กุล(2547)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายยาที่มีต่อบริษัทผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา กรณีศึกษา:บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยคุณภาพสินค้า ปัจจัยกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ปัจจัยความไว้ใจของโรงงานผู้ผลิตยา ปัจจัยความไว้วางใจผู้แทนยา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายยา: กรณีศึกษา บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด ปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยคุณภาพสินค้า ปัจจัยกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ปัจจัยความไว้ใจของโรงงานผู้ผลิตยา และปัจจัยความไว้วางใจผู้แทนยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายยาที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (ß = 0.265) ปัจจัยกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (ß = 0.239) ปัจจัยความไว้วางใจผู้แทนยา (ß = 0.161) มีอำนาจในการพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายยาที่มีต่อบริษัทผลิตและจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา

อิสรีย์ นลินธรรมรัชต์. (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจเฉพาะของตัวแทนจำหน่ายที่มีต่อคุณภาพสินค้า และการบริการของ บริษัท เทคนิโก้ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีการซื้อขายเป็นประจำในช่วงระยะเวลา 2 ปีจำนวน 200 ราย และ เป็นตัวแทน จำหน่ายในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดด้านประชากรศาสตร์ได้ผลสรุปจากการศึกษาส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาทรายได้ของกิจการน้อยกว่า 10 ล้านบาทระยะเวลาการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ 6-10 ปี 16-20ปี และมากกว่า 21 ปีและระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของบริษัท 1-2 ปี โดยการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจของต่อคุณภาพสินค้าและ

การบริการของบริษัท เทคนิโก้ฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสามารถเรียงลำดับระดับความพึงพอใจจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ทางด้านราคาสินค้าด้านการส่งมอบ ด้านการบริการประสานงานและด้านคุณภาพสินค้า และการบริการของบริษัทเทคนิโก้ฯ ดังนี้คือตรวจสอบสินค้าทุกชิ้นก่อนออกจากโรงงานไม่นำอุปกรณ์ที่มีปัญหามาประกอบใหม่ ให้เครดิตบริการส่งสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ตควรมีการจัดทำแคทตาล๊อกเมื่อมีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดมีการแจ้งโปรโมชั่นราคาสินค้าแจ้งรายละเอียดอย่างชัดเจน สำหรับลูกค้าใหม่ อะไหล่เก่าหายาก แจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ความสะดวกรวดเร็วในการเคลมสินค้าตัวแทนจำหน่ายที่มีข้อมูลลักษณะของกิจการที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัทเทคนิโก้ฯ ที่แตกต่างกันทุนจดทะเบียนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัทเทคนิโก้ฯไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ รายได้ของกิจการต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้ง ไว้และเมื่อทดสอบแยกเป็นรายด้าน พบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค่าและการบริการของบริษัท เทคนิโก้ฯ ของกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ของกิจการต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า และด้านการบริการและประสานงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้และเมื่อทดสอบแยกเป็นรายด้านพบว่าระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของบริษัทเทคนิโก้ฯ ของตัวแทนจำหน่ายที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้าและด้านการส่งมอบสินค้าแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

สมยศ พรเจริญวัฒนา(2554)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นคร การม่าน จำกัดมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความพึง พอใจของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน จำกัด และเพื่อศึกษาความแตกต่างของ พฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน จำกัด โดยทำการแจกแบบสอบถาม

จำนวน 400 ชุด กับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่านของ บริษัท นครการม่าน จำกัด ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการที่ดำเนินงานนาน 1-5 ปี ร้อยละ 46.0 มีจำนวน พนักงานไม่เกิน 10 คน ร้อยละ 84.0 มีทุนจดทะเบียน 1.1แสนบาท-1 ล้านบาท ร้อยละ 65.0 มีระยะห่างจาก บริษัท นครการม่าน จำกัด มากกว่า 5 กิโลเมตร ร้อยละ 95.0 มียอดขายสินค้าต่อเดือนโดยประมาณ 1.1-5 แสนบาท ร้อยละ 56.0 รูปแบบของธุรกิจเป็นแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 64.0 และลักษณะของการ ดำเนินธุรกิจเป็นช่างเย็บและติดตั้ง ร้อยละ 55.0 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากบริษัท นครการม่านจำกัด คือ พนักงานขายของบริษัท ร้อยละ 58.0 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อ ร้อย ละ 43.0 ความถี่ในการซื้อสินค้าประมาณ 2 – 5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 44.0 และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ ละครั้งโดยเฉลี่ยประมาณ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 37.0 ส่วนระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาด โดยรวมอยู่ที่ระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากร เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1 พบว่าลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความแตกต่าง ในด้าน ระยะเวลาการดำเนินงาน, จำนวนพนักงาน, ทุนจดทะเบียน , ระยะห่างจากบริษัท นครการม่าน จำกัด, ยอดขายสินค้าต่อเดือน รูปแบบของสถานประกอบการ และลักษณะการดำเนินของธุรกิจต่างกันมีความพึง พอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน จำกัด ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง ทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการและลักษณะทางกายภาพ แตกต่าง กัน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 ที่ว่าความแตกต่างของลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันมีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน จำกัดแตกต่างกัด ส่วนการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2 พบว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีความแตกต่าง ในด้าน บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อสินค้า, วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์, ความถี่ในการซื้อสินค้า และ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการ ม่าน จำกัด ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการและลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2 ที่ว่าความ แตกต่าง

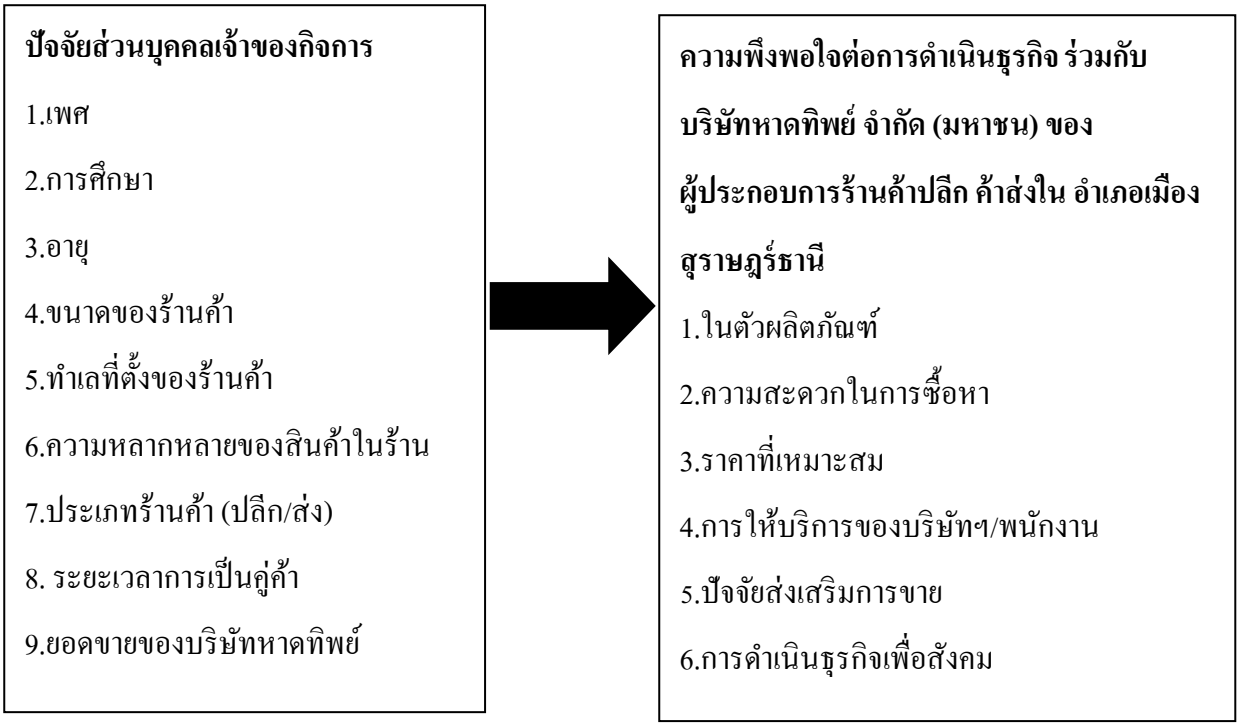
ของพฤติกรรมที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน จำกัดแตกต่างกัน

ขวัญใจ ภู่พวง(2552) ได้ศึกษาเพื่อการศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการขนส่งกรณีศึกษาบริษัท ทวีคอนเทนเนอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด โดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจปัญหาอุปสรรคและปัจจัยสำคัญในการเลือก บริษัทขนส่งสินค้าของลูกค้าจากการสรุปผลการวิจัยจะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้น จะให้ความสำคัญความพึงพอใจด้านการให้บริการอันดับที่ 1 มีการติดต่อประสานงานเป็นอย่างดีเมื่อลูกค้ามาใช้บริการอันดับที่ 2 การให้บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาดอันดับที่ 3 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร อันดับที่ 4 มีความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการขนส่งสินค้า อันดับที่ 5ไม่มี ความยุงยากในขั้นตอนของการใช้บริการอันดับที่ 6 พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยในการให้บริการอันดับที่ 7 สินค้าที่จัดส่งถึงปลายทางครบถ้วน ตามจำนวนไม่มี การสูญหาย ด้านเวลา อันดับ ที่ 1 ความรวดเร็วในการขนถ่ายสินค้าอันดับที่ 2 ความรวดเร็วในการขนส่งสินค้าจากต้นทางถึงปลายทาง อันดับที่ 3 ผู้ให้บริการสามารถจัดส่งสินค้าถึงที่หมายภายในเวลาที่ แจ้งไว้ อันดับที่ 4 ความรวดเร็วในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร อันดับที่ 5 ระยะเวลาที่ ใช้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้านการชดใช้ค่าเสียหายอันดับที่ 1 การชดใช้สูงกว่ามูลค้าของสินค้า อันดับที่ 2 ชดใช้เป็นสินค้าอันดับที่ 3 เท่ากับมูลค่าของ สินค้า อันดับที่ 4 ชดใช้ตามราคาที่ ระบุในหน้าตั๋ว จากการทดสอบสมมติฐานนั้น ผู้วิจัยพบว่าสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งบริษัททวีคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแต่ละสถานภาพจะให้ความสำคัญด้านต่าง ๆ กันออกไปขึ้นอยู่กับสถานภาพของผู้ ใช้บริการปริมาณของสินค้าที่ขนส่งแตกละครั้งมูลค้าของสินค้าที่ ขนส่งค่าใช้จ่ายในการขนส่งความถี่ ในการขนส่งจุดหมายปลายทางความต้องการในการขนส่งแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการขนส่งสินค้า บริษัททวีคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัด ไม่แตกต่างสถานภาพปริมาณของสินค้าที่ ขนส่งแต่ละครั้งมูลค่าของสินค้าที่จัดส่งค่าใช้จ่ายในการขนส่งความถี่ในการขนส่งจุดหมายปลายทางความต้องการในการขนส่งที่แตกต่างกันมีผลต่อการขนส่งความถี่ในการขนส่งจุดหมายปลายทางความต้องการในการขนส่งที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการเลือกใช้บริการรถขนส่งสินค้าบริษัท ทวีคอนเทนเนอร์ทรานสปอร์ต จำกัดไม่แตกต่างกัน

บุญสม รัศมีโชติ(2552)ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัทฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัดการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ ราคา การให้บริการของพนักงานฝ่ายขาย ภาพลักษณ์ และการบริการของบริษัท ฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ราคา การให้บริการของพนักงานฝ่ายขาย ภาพลักษณ์ และการบริการของบริษัท ฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาติดต่องานพิมพ์ผ้ากับ บริษัท ฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัด ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลช่วงปี พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2549 จำนวน 205 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่าง โดยทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการบริษัท ฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัด ในด้านพนักงานขาย และภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการบริการ ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบริการของบริษัทไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจในการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ลูกค้าที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการ ด้านพนักงานขาย และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันและ ตำแหน่งงานต่างกันมี ความพึงพอใจในการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2.4 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรต้น **ตัวแปรตาม**



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของพ่อค้าคนกลางกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) โดยผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลรวมไปถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างและการรวบรวมข้อมูล

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นร้านค้าที่ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนทางการค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 5,452 ราย(สำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม พ.ศ.2555 :ธุรกิจทางการค้าและธุรกิจบริการ จังหวัดสุราษฎร์ธานี) รวมประชากรทั้งสิ้น 5,452 ราย ดังตาราง

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากร

ประเภทร้านค้า	จำนวนร้านค้าทั้งหมด
ร้านค้าปลีกทั่วไป	4,954
ร้านค้าส่งทั่วไป	498
รวม	**5,452**

ที่มา:สำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรมจังหวัดสุราษฎร์ธานี,2555

ขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ที่เป็นตัวแทนของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้มีความความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.95 ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้อยู่ที่ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร (N = 5,452 ราย)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = 0.05)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้จดทะเบียนการค้ากับสำนักงานเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี สำนักงานเทศบาลตำบลขุนทะเล และสำนักงานเทศบาลตำบลท่าทอง ซึ่ง แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{5,452}{1+ 5,452(0.05)^2}$$

$$= 372.66$$

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ประเภทร้านค้า	จำนวนร้านค้าทั้งหมด	เทศบาลนครจังหวัดสุราษฎร์ธานี	เทศบาลขุนทะเล	เทศบาลท่าทอง	จำนวนร้านค้ากลุ่มตัวอย่าง
ร้านค้าปลีกทั่วไป	4,954	198	90	72	360
ร้านค้าส่งทั่วไป	498	22	10	8	40
รวม	**5,452**	**220**	**100**	**80**	**400**

ผู้วิจัยได้จัดเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) คือ จะใช้กลุ่มร้านค้าค้าปลีก ค้าส่งในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เขตเทศบาลตำบลท่าทองและเขตเทศบาลตำบลขุนทะเล เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ร้านค้ามีความหนาแน่น มีการแข่งขันสูงทั้งระหว่างร้านค้าด้วยกัน ระหว่างผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า และยังเป็น

พื้นที่แข่งขันของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งคือบิ๊กซี ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) สาขาสุราษฎร์ธานี บริษัทสยาม แม็คโคร จำกัด(มหาชน) สาขาสุราษฎร์ธานี และเทสโก้ โลตัส สาขาสุราษฎร์ธานี

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างและการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งในแต่ละพื้นที่ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยการ

3.2.1 เลือกตัวแทนตามพื้นที่โดยแบ่งเป็น 3 พื้นที่ คือ

- ร้านค้าในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี
- ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลขุนทะเล
- ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลท่าทอง

3.2.2 เลือกร้านค้าตัวแทนโดยการให้สัดส่วนร้านค้ามากในพื้นที่ที่มีร้านค้าหนาแน่นมาก คือในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี และให้สัดส่วนร้านค้าลดลงในพื้นที่ที่ความหนาแน่นของร้านค้าลดลง คือ ในเขตเทศบาลตำบลขุนทะเลและเขตเทศบาลตำบลท่าทอง ตามลำดับ

3.2.3 สัดส่วนร้านค้ากลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่

ประเภทร้านค้า	จำนวนร้านค้ากลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วนการกระจายกลุ่มตัวอย่าง		%
		ร้านค้าในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี	198	55
ร้านค้าปลีก	**360**	ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลขุนทะเล	90	25
		ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลท่าทอง	72	20
		ร้านค้าในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี	22	55
ร้านค้าส่ง	**40**	ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลขุนทะเล	10	25
		ร้านค้าในเขตเทศบาลตำบลท่าทอง	8	20
รวม	**400**			

3.2.4 สุ่มเลือกร้านค้าในแต่ละพื้นที่แบบเจาะจงโดยการนัดสัมภาษณ์ร้านค้าที่เป็นคู่ค้าของบริษัทหาดทิพย์ จนครบจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรม บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีต โดยเก็บรวบรวมจากห้องสมุด ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ด้าน ประกอบไปด้วย 1.เพศ 2.การศึกษา 3.อายุ 4.ขนาดของร้านค้า 5.ทำเลที่ตั้งของร้านค้า 6.ความหลากหลายของสินค้าในร้าน 7.ประเภทร้านค้า (ปลีก/ส่ง) 8. ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า 9.ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์

ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 1.ในตัวผลิตภัณฑ์ 2.ความสะดวกในการซื้อหา 3.ราคาที่เหมาะสม 4.การให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน 5.ปัจจัยส่งเสริมการขาย 6.การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม จำแนกเป็นรายด้านแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตามแนวทางของ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 74) โดยมีเกณฑ์คะแนนและความหมาย ดังนี้

5 หมายถึง การบริหารจัดการงานบุคลปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง การบริหารจัดการงานบุคคลปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง การบริหารจัดการงานบุคคลปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง การบริหารจัดการงานบุคลปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง การบริหารจัดการงานบุคลปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนแสดงความคิดเห็นถึงสิ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยเป็นคำถามปลายเปิด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้จะใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยตัวผู้ศึกษาวิจัยเองตามจำนวนที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เขตเทศบาลตำบลขุนทะเล และเขตเทศบาลตำบลท่าทอง

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามที่ผ่านการตอบจากร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตเทศบาลทั้ง 3 เทศบาลจนครบตามจำนวนแล้วจะได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของข้อมูลในแต่ละตอนของแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ หาคำตอบ ให้สอดคล้อง ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในลำดับต่อไป โดยนำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบความถูกต้องมาประมวลผล แล้วนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนที่ 1 จะใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) โดยหาคะแนนเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และให้ความหมายของคะแนน โดยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) ซึ่งกำหนดตามแนวทางของ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 103) ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง การปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง การปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของร้านค้าปลีก ค้าส่งกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ในตอนที่ 2 จะใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย T-test และ โดยการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way-ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ Scheffe/s multiple contrasts

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ด้าน ประกอบไปด้วย 1.เพศ 2.การศึกษา 3.อายุ 4.ขนาดของร้านค้า 5.ทำเลที่ตั้งของร้านค้า 6.ความหลากหลายของสินค้าในร้าน 7.ประเภทร้านค้า (ปลีก/ส่ง) 8. ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า 9.ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ รายละเอียดดังตารางที่ 4.1 - 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	101	25.3
หญิง	299	74.8
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และเป็นผู้ชาย จำนวน101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

ตารางที่ 4.2 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 25 ปี	13	3.3
26-35 ปี	102	25.5
36-45 ปี	161	40.3
46 ปีขึ้นไป	124	31.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 อายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอายุน้อยกว่า 25 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.3 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	297	74.3
ระดับปริญญาตรี	99	24.8
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4	1.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อนละ 74.3 รองลงมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดคือระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อย 1.0

ตารางที่ 4.4 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ขนาดของร้านค้า

ขนาดของร้านค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	192	48.0
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	165	41.3
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	43	10.8
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ขนาดของร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมายอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และน้อยที่สุดคือยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ10.8

ตารางที่ 4.5 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ทำเลที่ตั้งของร้านค้า

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	223	55.8
อยู่ในชุมชนชานเมือง	131	32.8
อยู่ในชุมชนชนบท	46	11.5
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ทำเลที่ตั้งของร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอยู่ในชุมชนตัวเมือง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาอยู่ในชุมชนชานเมือง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และน้อยที่สุดเป็น อยู่ในชุมชนชนบท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 4.6 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความหลากหลายของสินค้าในร้าน

ความหลากหลายของสินค้าในร้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของหาดทิพย์	10	2.5
ขายผลิตภัณฑ์หาดทิพย์ คู่แข่ง	4	1.0
ขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภค บริโภคด้วย	386	96.5
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความหลากหลายของสินค้าในร้าน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภค บริโภคด้วย จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 รองลงมาขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของหาดทิพย์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และขายผลิตภัณฑ์หาดทิพย์ คู่แข่ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.7 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทร้านค้า

ประเภทร้านค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ร้านค้าปลีก	352	88.0
ร้านค้าส่ง	48	12.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ประเภทร้านค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นร้านค้าปลีก จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 และร้านค้าส่ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.8 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นคู่ค้า

ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 1 ปี	40	10.0
1-5 ปี	89	22.3
5 ปี ขึ้นไป	271	67.8
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระยะเวลาการเป็นคู่ค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็น5 ปีขึ้นไป จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาเป็น 1-5 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.9 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเจ้าของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน

ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 5,000 บาท	281	70.3
5,001–10,000 บาท	62	15.5
10,001–100,000 บาท	45	11.3
เกิน 100,001 บาท	12	3.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาเป็น 5,001–10,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 10,001–100,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และเกิน 100,001 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจใน6 ด้านได้แก่ 1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ 2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา 3.ด้านราคาที่เหมาะสม 4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน 5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย 6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม โดยรวมและรายด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 4.10 - 4.16

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม

(n = 400)

ลำดับ	ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	.527	มาก
2	ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.19	.686	มาก
3	ด้านราคาที่เหมาะสม	3.75	.664	มาก
4	ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.43	.803	ปานกลาง
5	ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.44	.605	ปานกลาง
6	ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.09	.822	ปานกลาง
รวม		**3.68**	**.502**	**มาก**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มี 3 ด้านที่อยู่ในระดับมากคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ส่วนอีก 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์

(n = 400)

ลำดับ	ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองลูกค้าของร้านท่านได้เป็นอย่างดี	4.25	.655	มาก
2	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอ	4.18	.558	มาก
3	บริษัทฯมีโรงงานผลิต มาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้	4.11	.613	มาก
รวม		**4.18**	**.527**	**มาก**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา

(n = 400)

ลำดับ	ด้านความสะดวกในการซื้อหา	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	บริษัทฯมีระบบการจัดจำหน่ายที่ดี สามารถตอบสนองร้านของท่านได้เป็นอย่างดี	4.27	.706	มาก
2	บริษัทฯมีช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลาย ร้านค้าสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	4.24	.761	มาก
3	มีความสะดวก ในการติดต่อกับบริษัทฯ กับพนักงานบริษัทฯ	4.05	.907	มาก
รวม		**4.19**	**.686**	**มาก**

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม

(n = 400)

ลำดับ	ด้านราคาที่เหมาะสม	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณบรรจุ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.06	.696	มาก
2	มีรายการส่งเสริมการขายด้านราคาให้กับร้านค้าเป็นช่วงๆ	3.67	.854	มาก
3	มีการให้ราคาพิเศษกรณีซื้อจำนวนมาก	3.53	.906	มาก
รวม		**3.75**	**.664**	**มาก**

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน

(n = 400)

ลำดับ	ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	บริษัทฯมีภาพลักษณ์ที่ดีและใส่ใจต่อการบริการด้านการขาย การส่งสินค้า	3.89	.755	มาก
2	มีกิจกรรมส่งเสริม สนับสนุน ให้กิจการของร้านค้าเจริญเติบโต	3.15	1.07	ปานกลาง
3	พนักงานของบริษัทมีการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า	3.24	1.13	ปานกลาง
รวม		**3.43**	**.803**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน มีเพียงด้านบริษัทฯมีภาพลักษณ์ที่ดีและใส่ใจต่อการบริการด้านการขาย การส่งสินค้า อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย

(n = 400)

ลำดับ	ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	การทำการโฆษณา เช่น การลงใน นิตยสาร ป้ายโฆษณาต่าง ๆสถานีวิทยุ ทีวี	4.12	1.01	มาก
2	กรณีออกผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ชิม	2.64	1.12	ปานกลาง
3	การทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ร้านค้า ผู้บริโภคทราบ	3.55	.905	ปานกลาง
รวม		**3.44**	**.605**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย มีเพียงด้านการทำการโฆษณา เช่น การลงใน นิตยสาร ป้ายโฆษณาต่าง ๆสถานีวิทยุ ทีวี อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

(n = 400)

ลำดับ	ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1	มีโครงการส่งเสริมการศึกษาแก่เยาวชนทั้งด้านพลานามัยและด้านวิชาการ	2.78	1.03	ปานกลาง
2	มีการสนับสนุนกิจกรรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม	2.79	1.06	ปานกลาง
3	มีกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.00	1.07	ปานกลาง
4	มีกิจกรรมสนับสนุนด้านกีฬาและศิลปวัฒนธรรม	3.77	.945	มาก
รวม		**3.09**	**.822**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม มีเพียงด้านมีกิจกรรมสนับสนุนด้านกีฬาและศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก

4.3 **การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.17 – 4.38

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศ

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	เพศ				t	p-value (<0.05)
	ชาย		หญิง			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.20	.485	4.17	.541	.543	.260
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.30	.657	4.15	.692	1.98	.620
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.69	.642	3.77	.671	1.09	.568
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.83	.845	3.44	.789	.634	.249
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.51	.577	3.42	.614	1.32	.607
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.14	.808	3.07	.828	.740	.696
รวม	**3.70**	**.448**	**3.67**	**.519**	**.600**	**.089**

จากตารางที่ 4.17 พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	อายุ								F	p-value (<0.05)
	น้อยกว่า 25 ปี		26–35 ปี		36–45 ปี		46 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.03	.633	4.08	.505	4.24	.509	4.18	.527	5.01	.007
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.03	.664	4.10	.616	4.24	.706	4.19	.686	2.64	.073
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.72	.753	3.73	.631	3.77	.663	3.75	.664	0.18	.832
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.53	.827	3.50	.735	3.39	.821	3.43	.803	.96	.386
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.61	.608	3.42	.531	3.42	.625	3.44	.605	1.74	.176
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.39	.818	3.10	.780	3.04	.830	3.09	.822	3.18	.043
รวม	**3.71**	**.559**	**3.65**	**.456**	**3.68**	**.509**	**3.68**	**.502**	**.22**	**.802**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา						F	p-value (<0.05)
	ต่ำกว่าปริญญา		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าระดับ			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.26	.521	3.94	.474	4.18	.257	15.19	.000*
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.29	.692	3.91	.572	3.50	.577	14.67	.000*
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.77	.712	3.73	4.72	3.08	.833	2.22	.110
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.39	8.50	3.56	.637	3.08	.569	1.99	.138
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.46	.614	3.39	.579	3.42	.687	.493	.611
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.10	.842	3.07	.756	2.69	.987	.533	.587
รวม	**3.71**	**.521**	**3.60**	**.426**	**3.28**	**.553**	**3.21**	**.042**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านในตัวผลิตภัณฑ์ และด้านความสะดวกในการซื้อหา ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.20-4.21

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านตัวผลิตภัณฑ์

(n =400)

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
	$\overline{X}$	4.26	3.94	3.92
ต่ำกว่าปริญญาตรี	**4.26**	-	.000*	.178
ระดับปริญญาตรี	**3.94**		-	.920
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	**3.92**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านตัวผลิตภัณฑ์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความสะดวกในการซื้อหา

(n =400)

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
	$\overline{X}$	4.29	3.91	3.50
ต่ำกว่าปริญญาตรี	**4.29**	-	.000*	.018
ระดับปริญญาตรี	**3.91**		-	.231
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	**3.50**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ขนาดของร้านค้า						F	p-value (<0.05)
	ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน		ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน		ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.11	.522	4.21	.508	4.36	.579	4.351	.014
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.05	.685	4.31	.666	4.35	.650	8.100	.000*
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.66	.653	3.80	.659	4.00	.659	5.553	.004*
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.30	.813	3.46	.765	3.85	.760	8.841	.000*
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.38	.634	3.43	.547	3.74	.615	6.234	.002*
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.04	.835	3.02	.798	3.54	.822	7.620	.001*
รวม	**3.59**	**.494**	**3.71**	**.470**	**3.97**	**.544**	**11.143**	**.000***

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.23-4.27

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านความสะดวกในการซื้อหา

(n =400)

ขนาดของร้านค้า		ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน
	$\overline{X}$	4.05	4.31	4.35
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	**4.05**	-	.262	.302
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	**4.31**		-	.262
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	**4.35**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านราคาที่เหมาะสม

(n =400)

ขนาดของร้านค้า		ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน
	$\overline{X}$	3.66	3.80	4.00
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	**3.66**	-	.144	.344
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	**3.80**		-	.200
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	**4.00**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน

(n =400)

ขนาดของร้านค้า		ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน
	$\overline{X}$	3.66	3.80	4.00
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	**3.66**	-	.059	.000*
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	**3.80**		-	.159
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	**4.00**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน มีความเห็นแตกต่างกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้า ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย

(n =400)

ขนาดของร้านค้า		ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน
	$\overline{X}$	3.66	3.80	4.00
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	**3.66**	-	.465	.000*
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	**3.80**		-	.003*
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	**4.00**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือนมีความเห็นแตกต่างกันกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามขนาดของร้านค้าด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

(n =400)

ขนาดของร้านค้า		ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน
	$\overline{X}$	3.66	3.80	4.00
ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	**3.66**	-	.849	.000*
ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน	**3.80**		-	.000*
ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน	**4.00**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือนมีความเห็นแตกต่างกันกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ทำเลที่ตั้งของร้านค้า						F	p-value (<0.05)
	อยู่ในชุมชนตัวเมือง		อยู่ในชุมชนชานเมือง		อยู่ในชุมชนชนบท			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.02	.430	4.37	.548	4.40	.635	25.325	.000*
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.01	.614	4.46	.650	4.29	.842	19.775	.000*
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.65	.529	3.84	.759	4.01	.759	7.633	.001*
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.25	.724	3.58	.862	3.86	.749	16.061	.000*
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.29	.556	3.64	.569	3.359	.738	15.932	.000*
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	2.77	.723	3.42	.775	3.69	.686	49.991	.000*
รวม	**3.50**	**.379**	**3.88**	**.523**	**3.97**	**.601**	**40.035**	**.000***

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน และ ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.29-4.34

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านในตัวผลิตภัณฑ์

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	4.02	4.37	4.40
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**4.02**	-	.000*	.000*
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**4.37**		-	.751
อยู่ในชุมชนชนบท	**4.40**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านความสะดวกในการซื้อหา

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	4.01	4.46	4.29
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**4.01**	-	.000*	.008
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**4.46**		-	.141
อยู่ในชุมชนชนบท	**4.29**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านราคาที่เหมาะสม

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	3.65	3.84	4.01
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**3.65**	-	.007	.001*
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**3.84**		-	.141
อยู่ในชุมชนชนบท	**4.01**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	3.25	3.58	3.86
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**3.25**	-	.000*	.000*
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**3.58**		-	.036
อยู่ในชุมชนชนบท	**3.86**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	3.29	3.64	3.59
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**3.29**	-	.000*	.002*
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**3.64**		-	.623
อยู่ในชุมชนชนบท	**3.59**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านค้า ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

(n =400)

ทำเลที่ตั้งของร้านค้า		อยู่ในชุมชนตัวเมือง	อยู่ในชุมชนชานเมือง	อยู่ในชุมชนชนบท
	$\overline{X}$	2.77	3.42	3.69
อยู่ในชุมชนตัวเมือง	**2.77**	-	.000*	.000*
อยู่ในชุมชนชานเมือง	**3.42**		-	.033
อยู่ในชุมชนชนบท	**3.69**			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความหลากหลายของสินค้าในร้าน

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ความหลากหลายของสินค้าในร้าน						F	p-value (<0.05)
	ขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของหาดทิพย์		ขายผลิตภัณฑ์หาดทิพย์ คู่แข่ง		ขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภคบริโภคด้วย			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.00	.720	3.83	.192	4.19	.523	1.500	.224
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.33	.544	4.75	.500	4.18	.689	1.615	.200
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.70	.745	3.92	.419	3.75	.665	.153	.858
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.90	.786	4.00	.981	3.41	.798	2.882	.057
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.70	.808	3.83	.638	3.43	.598	1.848	.159
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.53	.759	3.75	.677	3.07	.821	2.848	.059
รวม	**3.86**	**.624**	**4.01**	**.437**	**3.67**	**.499**	**1.597**	**.204**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายของสินค้าในร้านต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายของสินค้าในร้าน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามประเภทร้านค้า

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ประเภทร้านค้า				t	p-value (<0.05)
	ร้านค้าปลีก		ร้านค้าส่ง			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.18	.509	4.20	.648	.090	.765
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.17	.691	4.30	.639	1.434	.232
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.72	.663	4.00	.619	7.710	.006
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.37	.791	3.81	.795	12.487	.000*
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.40	.595	3.74	.599	13.551	.000*
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.03	.818	3.48	.750	13.177	.000*
รวม	**3.65**	**.483**	**3.92**	**.573**	**13.089**	**.000***

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ประเภทร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของประเภทร้านค้า มีความเห็นความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มีด้าน 3 ด้านแตกต่างกัน ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระยะเวลาการเป็นคู่ค้า

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า						F	p-value (<0.05)
	ต่ำกว่า 1 ปี		1-5 ปี		5 ปี ขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.03	.633	4.08	.505	4.24	.509	5.013	.007
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.03	.664	4.10	.616	4.24	.706	2.641	.073
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.72	.753	3.73	.631	3.77	.663	.184	.832
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.53	.872	3.50	.735	3.39	.821	.955	.386
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.61	.608	3.42	.531	3.42	.625	1.744	.176
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.39	.818	3.10	.780	3.04	.830	3.177	.043
รวม	**3.71**	**.559**	**3.65**	**.456**	**3.68**	**.509**	**.221**	**.802**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นคู่ค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นคู่ค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำแนกตามยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน

(n = 400)

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน								F	p-value (<0.05)
	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001–10,000 บาท		10,001–100,000 บาท		เกิน 100,001 บาท			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์	4.25	.524	3.89	.268	4.10	.661	4.42	.515	9.397	.006
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา	4.27	.699	3.74	.444	4.22	.659	4.42	.638	11.706	.049
3.ด้านราคาที่เหมาะสม	3.74	.701	3.65	.488	3.90	.619	4.14	.559	2.640	.023
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน	3.36	.828	3.42	.615	3.74	.785	3.78	.868	3.723	.012
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย	3.44	.606	3.20	.488	3.62	.638	3.97	.460	7.990	.013
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม	3.09	.829	2.77	.733	3.39	.766	3.56	.716	6.704	.007
รวม	**3.69**	**.500**	**3.45**	**.338**	**3.83**	**.570**	**4.05**	**.546**	**8.433**	**.008**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

4.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ขอลูกค้า

1.วัสดุส่งเสริมการขาย เช่น ผ้ากันเปื้อน, ผ้าปูโต๊ะ, กล่องใส่กระดาษ, กล่องใส่ช้อน-ใส่ตะเกียบ, รถเข็นเครื่องดื่ม บริษัทฯควรจัดทำให้มากกว่านี้ หลายร้านขอมานานยังไม่ได้

2.ป้ายชื่อร้านค้า บริษัทฯควรใช้งบประมาณในการจัดทำให้มากกว่านี้ จัดทำรวดเร็วกว่านี้ หลายร้านขอมานานแล้วยังไม่ได้

3.ร้านที่อยู่ปลายทาง/ปลายซอย น้ำหมด, น้ำขาดสีบ่อย อยากให้บริษัทฯเพิ่มกำลังผลิตให้มากกว่านี้ เพิ่มปริมาณบรรทุกให้มากกว่านี้ ร้านค้าจะได้ไม่ต้องไปหาซื้อน้ำบางตัวมาเพิ่ม

4.เวลามีรายการส่งเสริมการขาย อยากให้จัดกับร้านค้าปลีกด้วย เพราะหากจัดเฉพาะห้างหรือร้านค้าส่ง ห้าง/ร้านค้าส่ง จะนำมาวางขายถูกกว่าร้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกขายไม่ได้

5.อยากให้บริษัทฯกลับไปขายรูปแบบเดิม คือ บรรทุกน้ำเต็มคันออกมาเร่ขาย เพราะการขายล่วงหน้าแบบปัจจุบัน รถขายจะบรรทุกน้ำมาจำกัดตามยอดสั่ง หากร้านค้าต้องการซื้อน้ำเพิ่มจากที่สั่งไม่สามารถซื้อได้

6.บริษัทฯปรับราคาสินค้าขึ้น-ลง ทุกๆเดือน แม้ขึ้น-ลงไม่มาก แต่มีผลต่อร้านค้า เพราะร้านค้าต้องขายราคาเดิม/ราคาเดียวตลอด

สรุป บริษัทควรมีวัสดุส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า เช่น ผ้ากันเปื้อน, ผ้าปูโต๊ะ, กล่องใส่กระดาษ, กล่องใส่ช้อน-ใส่ตะเกียบ, รถเข็นเครื่องดื่ม บริษัทฯควรจัดทำให้มากกว่านี้ หลายร้านขอมานานยังไม่ได้ การจัดทำป้ายชื่อร้านค้า บริษัทฯควรใช้งบประมาณในการจัดทำให้มีจำนวนมาก และมีการจัดทำที่รวดเร็ว เนื่องจากหลายร้านขอมานานแล้วยังไม่ได้ป้ายร้าน ร้านค้าที่อยู่ปลายทาง/ปลายซอย น้ำหมด, น้ำขาดสีบ่อย อยากให้บริษัทฯเพิ่มกำลังผลิตให้มากกว่านี้ เพิ่มปริมาณบรรทุกให้มากกว่านี้ ร้านค้าจะได้ไม่ต้องไปหาซื้อน้ำบางตัวมาเพิ่ม หากมีรายการส่งเสริมการขาย อยากให้จัดกับร้านค้าปลีกด้วย เพราะหากจัดเฉพาะห้างหรือร้านค้าส่ง ห้าง/ร้านค้าส่ง จะ

นำมาวางขายถูกกว่าร้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกขายไม่ได้ และอยากให้บริษัทฯกลับไปขายรูปแบบเดิม คือ บรรทุกน้ำเต็มคันออกมาเร่ขาย เพราะการขายล่วงหน้าแบบปัจจุบัน รถขายจะบรรทุกน้ำมาจำกัดตามยอดสั่ง หากร้านค้าต้องการซื้อน้ำเพิ่มจากที่สั่งไม่สามารถซื้อได้ บริษัทฯมีการปรับราคาสินค้าขึ้น-ลง ทุกๆเดือน แม้ขึ้น-ลงไม่มาก แต่มีผลต่อร้านค้า เพราะร้านค้าต้องขายราคาเดิม/ราคาเดียวตลอด

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยตัวผู้ศึกษาวิจัยเองตามจำนวนที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เขตเทศบาลตำบลขุนทะเล และเขตเทศบาลตำบลท่าทอง การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนที่ 1 จะใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) โดยหาคะแนนเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย T-test และ โดยการเปรียบเทียบความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way-ANOVA) และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe′s multiple contrasts แล้วนำเสนอเป็นความเรียง ผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆ ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี มี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ขนาดของร้านค้ามียอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ทำเลที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในชุมชนตัวเมือง ความหลากหลายของสินค้าในร้านขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภค บริโภคด้วย เป็นร้านค้าปลีก ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า5 ปี ขึ้นไป และยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5,000 บาท

2. ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ

จำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มี 3 ด้านที่อยู่ในระดับมากคือด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ส่วนอีก 3 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม สามารถแยกสรุปในแต่ละด้านได้ ดังนี้

2.1 ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.2 ด้านความสะดวกในการซื้อหา พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา อยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.3 ด้านราคาที่เหมาะสม พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.4 ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน มีเพียงด้านบริษัทฯมีภาพลักษณ์ที่ดีและใส่ใจต่อการบริการด้านการขาย การส่งสินค้า อยู่ในระดับมาก

2.5 ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย มีเพียงด้านการทำการโฆษณา เช่น การลงใน นิตยสาร ป้ายโฆษณาต่าง ๆสถานีวิทยุ ทีวี อยู่ในระดับมาก

2.6 ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม พบว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม มีเพียงด้านมีกิจกรรมสนับสนุนด้านกีฬาและศิลปวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก

3.การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อมี

ความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านในตัวผลิตภัณฑ์ และด้านความสะดวกในการซื้อหา ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

3.3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านตัวผลิตภัณฑ์ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์นี้

3.4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน มีความเห็นแตกต่างกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือนมีความเห็นแตกต่างกันกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้ายอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือนมีความเห็นแตกต่างกันกับขนาดของร้านค้ายอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้าต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดของร้านค้า ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน และ ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย ซึ่งตรงตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe/) ได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

3.5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านในตัวผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านความสะดวกในการซื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านราคาที่เหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชน

ชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ขอผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทำเลที่ตั้งของร้านค้าต่างกันอยู่ในชุมชนตัวเมือง มีความคิดเห็นแตกต่างกันกับ อยู่ในชุมชนชานเมือง และอยู่ในชุมชนชนบท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.6 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายของสินค้าในร้านต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความหลากหลายของสินค้าในร้าน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.7 ประเภทร้านค้า มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของประเภทร้านค้า มีความเห็นความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มีด้าน 3 ด้านแตกต่างกัน ด้านราคาที่เหมาะสม ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย และด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

3.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นคู่ค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นคู่ค้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.9 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของบริษัทหาดทิพย์ฯ/เดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของ

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.10 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนแสดงความคิดเห็นถึงสิ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

1.วัสดุส่งเสริมการขาย เช่น ผ้ากันเปื้อน, ผ้าปูโต๊ะ, กล่องใส่กระดาษ, กล่องใส่ช้อน-ใส่ตะเกียบ, รถเข็นเครื่องดื่ม บริษัทฯควรจัดทำให้มากกว่านี้ หลายร้านขอมานานยังไม่ได้

2.ป้ายชื่อร้านค้า บริษัทฯควรใช้งบประมาณในการจัดทำให้มากกว่านี้ จัดทำรวดเร็วกว่านี้ หลายร้านขอมานานแล้วยังไม่ได้

3.ร้านที่อยู่ปลายทาง/ปลายซอย น้ำหมด, น้ำขาดสีบ่อย อยากให้บริษัทฯเพิ่มกำลังผลิตให้มากกว่านี้ เพิ่มปริมาณบรรทุกให้มากกว่านี้ ร้านค้าจะได้ไม่ต้องไปหาซื้อน้ำบางตัวมาเพิ่ม

4.เวลามีรายการส่งเสริมการขาย อยากให้จัดกับร้านค้าปลีกด้วย เพราะหากจัดเฉพาะห้างหรือร้านค้าส่ง ห้าง/ร้านค้าส่ง จะนำมาวางขายถูกกว่าร้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกขายไม่ได้

5.อยากให้บริษัทฯกลับไปขายรูปแบบเดิม คือ บรรทุกน้ำเต็มคันออกมาเร่ขาย เพราะการขายล่วงหน้าแบบปัจจุบัน รถขายจะบรรทุกน้ำมาจำกัดตามยอดสั่ง หากร้านค้าต้องการซื้อน้ำเพิ่มจากที่สั่งไม่สามารถซื้อได้

6.บริษัทฯปรับราคาสินค้าขึ้น-ลง ทุกๆเดือน แม้ขึ้น-ลงไม่มาก แต่มีผลต่อร้านค้า เพราะร้านค้าต้องขายราคาเดิม/ราคาเดียวตลอด

สรุป บริษัทควรมีวัสดุส่งเสริมการขายให้กับร้านค้า เช่น ผ้ากันเปื้อน, ผ้าปูโต๊ะ, กล่องใส่กระดาษ, กล่องใส่ช้อน-ใส่ตะเกียบ, รถเข็นเครื่องดื่ม บริษัทฯควรจัดทำให้มากกว่านี้ หลายร้านขอมานานยังไม่ได้ การจัดทำป้ายชื่อร้านค้า บริษัทฯควรใช้งบประมาณในการจัดทำให้มีจำนวนมากและมีการจัดทำที่รวดเร็ว เนื่องจากหลายร้านขอมานานแล้วยังไม่ได้ป้ายร้าน ร้านค้าที่อยู่ปลายทาง/ปลายซอย น้ำหมด, น้ำขาดสีบ่อย อยากให้บริษัทฯเพิ่มกำลังผลิตให้มากกว่านี้ เพิ่มปริมาณบรรทุกให้มากกว่านี้ ร้านค้าจะได้ไม่ต้องไปหาซื้อน้ำบางตัวมาเพิ่ม หากมีรายการส่งเสริมการขาย อยากให้จัดกับร้านค้าปลีกด้วย เพราะหากจัดเฉพาะห้างหรือร้านค้าส่ง ห้าง/ร้านค้าส่ง จะนำมาวางขายถูกกว่าร้านค้าปลีก ทำให้ร้านค้าปลีกขายไม่ได้ และอยากให้บริษัทฯกลับไปขายรูปแบบเดิม คือ บรรทุกน้ำ

เต็มคันออกมาเร่ขาย เพราะการขายล่วงหน้าแบบปัจจุบัน รถขายจะบรรทุกน้ำมาจำกัดตามยอดสั่ง หากร้านค้าต้องการซื้อน้ำเพิ่มจากที่สั่งไม่สามารถซื้อได้ บริษัทฯมีการปรับราคาสินค้าขึ้น-ลง ทุกๆ เดือน แม้ขึ้น-ลงไม่มาก แต่มีผลต่อร้านค้า เพราะร้านค้าต้องขายราคาเดิม/ราคาเดียวตลอด

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำประเด็นที่สำคัญๆ และน่าสนใจมาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ผลจากการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ค้าส่งใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ทั้ง 6 ด้าน มี 5 ด้านที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยศ พรเจริญวัฒนา(2554)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่าน บริษัท นครการม่าน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาด โดยรวมอยู่ที่ระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญสม รัศมีโชติ(2552)ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัทฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม พบว่า1) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการบริษัท ฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม จำกัด ในด้านพนักงานขาย และภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการบริการ ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบริการของบริษัท ไม่แตกต่างกัน แต่มีความพึงพอใจในการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ลูกค้าที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริการ ด้านพนักงานขาย และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันและ ตำแหน่งงานต่างกันมี ความพึงพอใจในการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยเรื่อง“ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)

1.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน

- หัวข้อบริษัทฯมีกิจกรรมส่งเสริม สนับสนุน ให้กิจการของร้านค้าเจริญเติบโต เสียงสะท้อนที่ได้รับจากร้านค้าคือ ร้านค้าไม่ได้รับวัสดุ/อุปกรณ์สนับสนุนการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขายตามที่ร้านค้าร้องขอ เช่น ซุ้มขายโค้ก รถเข็นสำหรับเร่ขายโค้กตามหน้าโรงเรียน แผงลอย ตลาดนัด ผ้าใบกันสาด ฯ ซึ่งวัสดุ/อุปกรณ์ฯเหล่านี้บริษัทฯควรจัดหา วางมาตรการควบคุมการใช้ประโยชน์ เพื่อให้ร้านค้าและบริษัทฯได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

- หัวข้อพนักงานของบริษัทฯมีการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าข้อมูลที่ได้รับจากร้านค้าคือ ร้านค้าได้รับสินค้าไม่ตรงตามเวลา และได้รับสินค้าไม่ครบ/ไม่ตรงตามชนิดที่สั่งซื้อ ซึ่งในส่วนนี้ บริษัทฯต้องหามาตรการเพื่อจัดเตรียมสินค้าให้ครบทุกประเภทและมีจำนวนที่เพียงพอในการบริการร้านค้า ขณะเดียวกันต้องมีมาตรการในการจัดส่งสินค้าให้ถึงร้านค้าตามเวลาที่นัดหมาย

2. **ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย**

- หัวข้อกรณีออกผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ชิมข้อมูลที่ได้รับจากร้านค้าคือ กรณีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯยังไม่มีการออกสื่อเพื่อแนะนำ/โฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ ขณะที่ร้านค้าผู้กระจายสินค้าแก่ผู้บริโภคก็ไม่มีตัวอย่างสินค้าสำหรับโชว์/สำหรับชิมเพื่อบอกต่อแก่ผู้บริโภค ดังนั้น กรณีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด บริษัทฯต้องให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในทุกๆสื่อของบริษัทฯ และควรมีกิจกรรม/มีสินค้าตัวอย่างสำหรับแจกชิมแก่ร้านค้าและแก่ผู้บริโภคตามจุดสำคัญๆของแต่ละจังหวัด

- หัวข้อการทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ร้านค้า ผู้บริโภคทราบจากการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯมีหลากหลายขนาด แต่ละขนาดมีหลายรสชาติ ดังนั้นการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ควรทำในทุกขนาด ทุกรสชาติ อย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่อง เพื่อเป็นการย้ำจำในตัวผลิตภัณฑ์ให้แก่ร้านค้าและผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

3.**ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม**

- หัวข้อมีโครงการส่งเสริมการศึกษาแก่เยาวชนทั้งด้านพลานามัยและด้านวิชาการ หาดทิพย์ฯควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆที่ดำเนินการอยู่ตามสื่อต่างๆอย่างทั่วถึงเพื่อให้ร้านค้าหรือผู้บริโภครับรู้ถึงกิจกรรมดีๆที่มอบแก่สังคม ไม่ว่าจะเป็นทุนการศึกษาแก่นักเรียนด้อยโอกาส โครงการสนับสนุนอุปกรณ์กีฬา/อุปกรณ์สนามเด็กเล่นแก่โรงเรียนด้อยโอกาส การจัดการแข่งขันกีฬาให้กับโรงเรียน/กลุ่มโรงเรียน ตั้งแต่ระดับอนุบาล ยุวชน เยาวชน เป็นต้น

- หัวข้อมีการสนับสนุนกิจกรรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม การจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนทั่วไป โรงเรียนสอนศาสนา วัด มัสยิด ต่างๆ การจัดค่ายเยาวชน กิจกรรมสนับสนุนการบรรพชาสามเณรฤดูร้อน ฯ หาดทิพย์ฯควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง เพื่อให้ร้านค้า ผู้บริโภค ได้รับรู้ถึงกิจกรรมดีๆที่จัดให้แก่สังคมอย่างต่อเนื่องเสมอมา อันจะนำมาซึ่งความชื่นชม ชื่นชอบในตัวบริษัทฯและนำไปสู่การเรียกหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

- หัวข้อมีกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมต่างๆที่หาดทิพย์ฯกำลังดำเนินการอยู่ เช่น การลดปริมาณการใช้พลาสติกในทุกบรรจุภัณฑ์ การลดปริมาณการปล่อยก๊าสคาร์บอนไดอ๊อกไซด์ของโรงงานผลิต โครงการอนุรักษ์น้ำที่ทำร่วมกับชุมชน กับโรงเรียน กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ซึ่งโครงการมากมายที่หาดทิพย์ฯ จัดขึ้นใน 14 จังหวัดภาคใต้ แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆเพื่อสร้างการรับรู้แก่ร้านค้าและผู้บริโภค ซึ่งหาดทิพย์ต้องเร่งดำเนินการอย่างเร่งด่วนและทั่วถึงเพื่อเป้าหมายคือบริษัทหาดทิพย์ฯและผลิตภัณฑ์ของบริษัทหาดทิพย์ฯ อยู่ในใจของร้านค้าและผู้บริโภคตลอดไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1. การศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ มุ่งศึกษาในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการซื้อหา ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านปัจจัยส่งเสริมการขายและด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้วย เช่น ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการติดต่อสื่อสาร ฯ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์แก่การวางแผนการขาย วางแผนการตลาด ต่อไป

2.2. การศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาบริษัทอื่นๆที่เป็นคู่แข่งในธุรกิจด้วย เพื่อเป็นการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ จะทำให้งานที่ศึกษาเป็นประโยชน์แก่

บริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) แก่คู่แข่งของบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) และแก่ผู้สนใจที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจนี้หรือธุรกิจใกล้เคียงยิ่งขึ้น

2.3. การศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ในครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) การศึกษาในครั้งต่อไปควรขยายการศึกษาไปยังช่องทางการขายที่สำคัญๆอื่นๆด้วย เช่น กลุ่มร้านอาหารใหญ่ๆ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นต้น เพื่อข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นประโยชน์แก่บริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) แก่คู่แข่งของบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) และแก่ผู้สนใจที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจนี้หรือธุรกิจใกล้เคียงยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กิตติชัย ศรีชัยภูมิ.(2556).*ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กกับความภักดีต่อตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย*.บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต.คณะบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ขวัญใจ ภู่พวง. (2552).*ความพึงพอใจการใช้บริการขนส่งศึกษากรณีบริษัททวีคอนเทรนเนอร์ทรานสปอร์ตจำกัด.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศรีปทุมวิทยาเขตชลบุรี.

จรรยา แข็งธัญการ.(2553).*การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของร้านค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในจังหวัดกาแพงเพชร*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยนเรศวร

ชวัล เอี่ยมสกุลรัตน์.(2557).*ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารนานาชาติ.* ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปีการศึกษา 2557

ชิษณุชา ศรีสวัสดิ์.(2555).*การภักดีต่อตราสินค้าในธุรกิจเครือข่าย กรณีศึกษา : บริษัทยูนิซิตี้* . บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ .มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (IMC & Marketing Communication). (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

ชริณี เดชจินดา. (2535). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*.วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล .

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2547) *"ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจลูกค้าของไทย: ตัวชี้วัดที่ถูกลืม"*วารสาร Productivity World

ดรัสวันต์ ศรีประชา.(2547).*ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายเครื่องปรับอากาศในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ"เทรน".สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด).* กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ จัดการโลจิสติกส์.บัณฑิตวิทยาลัย . มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

เตือนใจ จันทร์หนองสรวง.(2554).*การศึกษาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครือข่าย เอ ไอ เอส ในเขตกรุงเทพมหานคร*.ปริญญานิพนธ์ บธม. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ธงชัย สุรินทร์วรางกูร.(2556).*แนวทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสาหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจ*.กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา

ธมกร ดุลยปกรณ์ชัย. (2556). *ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสตรีชัยภูมิ 2. โรงเรียนสตรีชัยภูมิ 2 จังหวัดชัยภูมิ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

ธีระพงษ์ เนื่องสมพงษ์.(2556).*โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการน้ำมันของลูกค้าในเขต กรุงเทพมหานคร*.สารนิพนธ์ MBA (การตลาด).กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2547). *คลื่นความคิดเคล็ดลับ: การสร้างความภักดีในตราสินค้า*. มติชนรายวัน.

นิภาพร อาศัยป่า.(2554).*กลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าต่อธุรกิจร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์เสริมความงามในจังหวัดนครราชสีมา*.ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

บุญสม รัศมีโชติ.(2552).*ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของบริษัทฟาร์อีสท์ปั่นทออุตสาหกรรม* วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.

ปรเมศ รงค์พันธ์.(2554).*กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่* .กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประชาชาติธุรกิจประชาชาติไลฟ์.(2560). *คุณสมบัติที่ดีของการเป็น "เจ้าของกิจการ"* https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1469457525วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2560

พิริยะ แก้ววิเศษ.(2554).*ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการสร้างตราสินค้าและความจงรักภักดีในตราสินค้า ของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์*.ปริญญานิพนธ์ บธม. (การประกอบการ).กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร

พัชราภรณ์ งามวิจิตรนันท์.(2554).*แนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจากัด เพชรบุรี ศ.เจริญยนต์*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต.กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิไลลักษณ์ ทองปั้น.(2546).*ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงาม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*.สารนิพนธ์ บธม.(การตลาด).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่กรุงเทพมหานคร* : ธรรมสาร.

ศิริรัตน์ ปิ ติพัฒนพงศ์ และดร.ไกรชิต สุตะเมือง (2557). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ที่ผลติมาจากประเทศจีน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*: กรณีศึกษา รถยนต์ยี่ห้อเฌอรี่[ออนไลน์]. http://thaiejournal.com/journal/2557volumes1/24.pdf

ศรัณย์ วีสเพ็ญ.(2555).*ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการของอาสาสมัครแรงงานระดับตำบล จังหวัดอุบลราชธานี*.วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร

สมยศ พรเจริญวัฒนา(2554)*ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าส่งผ้าม่านบริษัทนครการม่าน* จำกัด บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สิริภักตร์ ศิริโท และภารณี จันทร์ปัญญา.(2555).*การวัดและทานายความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่:กรณีศึกษาเปรียบเทียบเอไอเอส ดีแทค ทรูมูฟ*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.คณะบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

สุขฤดี เกษมพิพัฒน์กุล.(2547).*ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายยาที่มีต่อบริษัทผลิตและจาหน่ายเวชภัณฑ์ยา กรณีศึกษา:บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จากัด*.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย . มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สรภัส ติยภรณ์พิพัฒน์.(2556).*การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จากัด(มหาชน)*.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ . มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เสาวคนธ์ สุทธิบริบาล.(2554).*แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจ Daily Deals ในประเทศไทย.วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(การบริหารการตลาด)*.คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มีนา อ่อนบางน้อย.(2553).*คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจและความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความภักดีในตรา สินค้า*.ปริญญานิพนธ์ บธม (การตลาด).กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิลาสินี พิมพ์ไพบูลย์. (2544). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิธีการเลือกทำเลที่ตั้ง ร้านค้าปลีก ให้โดนSee more at: http://www.thaismescenter.com/

ราคาที่เหมาะสมการตลาดแนวคิดใหม่ ด้วยกลยุทธ์ 4C’s https://th.jobsdb.com/th-th/articles

อิสรีย์ นลินธรรมรัชต์.(2552).*ความพึงพอใจของตัวแทนจาหน่ายที่มีต่อคุณภาพสินค้าและการบริการของ “บริษัท เทคนิโก้ เซลล์(ประเทศไทย)”*.วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา การ

Aaker, D. A. (1996). *Measuring brand equity across products and markets. California Management Review*, 38(3), 102-120

Vroom, H Victor. 1964. *Work and Motivation*. Now York : Wiley and Sons Inc.

Morse, Nancy C. (1955). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan: University of Michiqan Press

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

.....

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาถึงปัจจัย ในตัวผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการซื้อหา ราคาที่เหมาะสม การให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน ปัจจัยส่งเสริมการขาย และการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ดังนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในเชิงการศึกษาและงานเชิงวิชาการจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรอกรายละเอียดในแบบสอบถามทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ามา ณ โอกาสนี้

นายสมมิตร วีระกิติกุล

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. น้อยกว่า 25 ปี ( ) 2. 26–35 ปี

( ) 3. 36–45 ปี ( ) 4. 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ระดับปริญญาตรี

( ) 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4.ขนาดของร้านค้า

( ) 1. ยอดขายต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ( ) 2. ยอดขาย 10,000-100,000 บาท/เดือน

( )3. ยอดขายเกิน 100,000 บาท/เดือน

5.ทำเลที่ตั้งของร้านค้า

( ) 1. อยู่ในชุมชนตัวเมือง ( ) 2. อยู่ในชุมชนชานเมือง

( ) 3. อยู่ในชุมชนชนบท

6.ความหลากหลายของสินค้าในร้าน

( ) 1.ขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของหาดทิพย์ ( ) 2.ขายผลิตภัณฑ์หาดทิพย์ คู่แข่ง

( ) 3.ขายเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภค บริโภคด้วย

7.ประเภทร้านค้า

( ) 1. ร้านค้าปลีก ( ) 2. ร้านค้าส่ง

8. ระยะเวลาการเป็นคู่ค้า

( ) 1.ต่ำกว่า 1 ปี ( ) 2.1-5 ปี

( ) 3.5 ปี ขึ้นไป

9.ยอดขายของบริษัทหาดทิพย์ ฯ/เดือน

( ) 1. น้อยกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,001–10,000 บาท

( ) 3. 10,001–100,000 บาท ( ) 4. เกิน 100,001 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง

ปัจจัยต่อความพึงพอใจ	ระดับความความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1.ด้านในตัวผลิตภัณฑ์					
1.ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองลูกค้าของร้านท่านได้เป็นอย่างดี					
2.ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอ					
3.บริษัทฯมีโรงงานผลิต มาตรฐานการผลิตที่เชื่อถือได้					
2.ด้านความสะดวกในการซื้อหา					
1.บริษัทฯมีระบบการจัดจำหน่ายที่ดี สามารถตอบสนองร้านของท่านได้เป็นอย่างดี					
2.บริษัทฯมีช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลาย ร้านค้าสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว					
3.มีความสะดวก ในการติดต่อกับบริษัทฯ กับพนักงานบริษัทฯ					
3.ด้านราคาที่เหมาะสม					
1. มีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณบรรจุ ซึ่งสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน					
2.มีรายการส่งเสริมการขายด้านราคาให้กับร้านค้าเป็นช่วงๆ					
3.มีการให้ราคาพิเศษกรณีซื้อจำนวนมาก					
4.ด้านการให้บริการของบริษัทฯ/พนักงาน					
1. บริษัทฯมีภาพลักษณ์ที่ดีและใส่ใจต่อการบริการด้านการขาย การส่งสินค้า					
2.มีกิจกรรมส่งเสริม สนับสนุน ให้กิจการของร้านค้าเจริญเติบโต					
3.พนักงานของบริษัทมีการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า					
5.ด้านปัจจัยส่งเสริมการขาย					
1. .การทำการโฆษณา เช่น การลงใน นิตยสาร ป้ายโฆษณาต่าง ๆสถานีวิทยุ ทีวี					
2.กรณีออกผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ชิม					
3. การทำประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ร้านค้า ผู้บริโภคทราบ					
6.ด้านการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม					
1.มีโครงการส่งเสริมการศึกษาแก่เยาวชนทั้งด้านพลานามัยและด้านวิชาการ					
2.มีการสนับสนุนกิจกรรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม					
3.มีกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
4.มีกิจกรรมสนับสนุนด้านกีฬาและศิลปวัฒนธรรม					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการสื่อไปถึงบริษัทหาดทิพย์ฯในสิ่งที่จะก่อให้เกิด เพิ่ม รักษา ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทหาดทิพย์ จำกัด(มหาชน) ของผู้ประกอบธุรกิจ ค้าปลีก ค้าส่ง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นายสมมิตร วีระกิติกุล

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5610521149

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต (รปศ.)	ม.สงขลานครินทร์	2526

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ปี พ.ศ. 2536-ปัจจุบัน บ.หาดทิพย์ จำกัด(มหาชน)