



สาริต บุญปกครอง. (2548). การบริหารจัดการด้านการตลาดตามความคิดเห็นของสมาชิก บริษัท  
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป).  
พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.  
คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี,  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันทนีย์ แสนภักดี.

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของสมาชิกต่อการ  
บริหารจัดการของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น  
ของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด 3) เพื่อ  
เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารจัดการของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร  
ดร.สาโรช จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น  
ของสมาชิกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด  
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความ  
คิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารจัดการกับระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อส่วนประสม  
การตลาดของ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ  
สมาชิกของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด ในเขตภาคกลางจำนวน 440 คน โดยใช้  
วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากรอย่างมีระบบ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ  
ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร  
โดยใช้ t-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยใช้ F-test และการ  
วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation efficient)

ผลการศึกษาพบว่า

1. สมาชิกมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร  
ดร.สาโรช จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. สมาชิกมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของ บริษัท ผลิตภัณฑ์  
สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัด อยู่ในระดับมากทุกด้าน
3. สมาชิกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้าน  
การวางแผน และด้านการจูงใจแตกต่างกัน ส่วนสมาชิกที่มีอาชีพและรายได้แตกต่างกัน มีระดับ  
ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน และด้านการจัดองค์การแตกต่างกัน และสมาชิก

ที่มีเหตุผลที่สมัครสมาชิกแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมแตกต่างกัน

4. สมาชิกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดแตกต่างกัน และสมาชิกที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

5. ระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางถึงสูง ด้านการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางถึงสูง ด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางถึงสูง ด้านการควบคุมมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดในระดับต่ำถึงสูง



Satit Boonpokkrong. (2005). **The Marketing Management of Opinion of Dr. Saroj's Herbal Products Co., Ltd. Members.** A Thesis for MBA. (General Management).  
Phranakhorn Si Ayutthaya : Graduate School, Phranakhorn Si Ayutthaya Rajabhat  
University. Advisory Committee : Assoc. Prof. Dr.Aphinan Chantanee and Asst. Prof.  
Wanthanee Sanpakdee.

## ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the levels of the member's opinions on the management of a company named Dr. Saroj's Herbal Products Co. Ltd.; 2) study the levels of the member's opinions on the marketing mix of the company; 3) compare the levels of the member's opinions on the management of the company, classified by personal factors of member; 4) compare the levels of the member's opinions on the marketing mix of the company, classified by personal factors; and 5) study the relationship between the levels of the member's opinions on the management and the levels of the member's opinions on the marketing mix of the company. The sample group consisted of 440 members of the company in the central region of Thailand. The data was analyzed by using percentage, frequency, mean and standard deviation. Variable differences were compared by using t-test and one-way ANOVA was analyzed by using F-test and Pearson's product-moment correlation efficient.

The results of this study can be summarized as follows:

1. The member's opinions on the management of the company were at a high level in all cases.
2. The member's opinions on the marketing mix of the company were at a high level in all cases.
3. The education of members affected the opinion levels on the planning and motivation management. Their careers and incomes affected the opinion levels on the planning and organizing management. The reason for application to be a member affected the opinion levels on the controlling management.

4. The different education levels of members affected the opinion levels on the marketing mix. Their careers and incomes affected the opinion levels on the marketing mix of products and promotion.

5. The levels of member's opinions on the planning management related to the opinion levels of members on the marketing mix were related at a medium to a high level. The levels of member's opinions on the organizing management related to the marketing mix at a medium to a high level. The motivation management related to the marketing mix a medium to a high level. The controlling management related to the marketing mix at a low to a high level.



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี ซึ่งเป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันทนีย์ แสนภักดี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาตรวจสอบให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นเป็นอย่างดี จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ อีกทั้งขอขอบพระคุณท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาโรช ชิริศิลป์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ดร.สาโรช จำกัศ ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาที่ได้อนุญาต และสนับสนุนให้โอกาสศึกษาต่อในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา อาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ และขอขอบคุณ ผู้เขียนเอกสารที่อ้างอิงไว้ และผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เสียสละเวลา ตลอดจนสมาชิกในครอบครัว ที่ให้กำลังใจเสมอมา รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จและคอยให้ กำลังใจในครั้งนี้

สาธิต บุญปกครอง