

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ
บริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด

ผู้เขียน นางสาวรพร ประสารวงศ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง ประธานกรรมการ
อาจารย์วรรณัย สายประเสริฐ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดของบริษัท สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามจากลูกค้าผู้ใช้สินค้าและบริการของบริษัท
สยาม โมลคิงพลาสติก จำกัด จำนวน 60 ราย แบ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จำนวน
54 ราย ลูกค้ากลุ่มสุขภัณฑ์ จำนวน 5 ราย และลูกค้ากลุ่มแบบพิมพ์พื้น จำนวน 1 ราย และนำข้อมูล
ที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 ราย พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
ปฏิบัติงานในตำแหน่งหัวหน้าแผนกแบบพิมพ์/ โมลคิงมากที่สุด โดยอยู่ในธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการซื้อสินค้าอยู่ในช่วง
0-3 ปี มากที่สุด ประเภทปูนพลาสติกใช้มากที่สุดคือ ปูนพลาสติกสำหรับงานแม่แบบ ปริมาณ
การใช้ปูนพลาสติกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อยู่ในช่วง 0-20 ตัน มากที่สุด ฝ่ายที่ให้ข้อ
มูลในการตัดสินใจคือฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหารมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มี
อำนาจใจการตัดสินใจซื้อคือ ตำแหน่งผู้จัดการ โรงงานมากที่สุด

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีการเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีการระบุชื่อทางการผลิตชัดเจน สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน วิธีการชำระเงิน และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจนตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา สามารถรักษาความลับของลูกค้า และความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขายตามลำดับ

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards the Marketing Mix Factors of
The Siam Moulding Plaster Co., Ltd.

Author Miss Woraporn Prasanwong

Degree Master of Business of Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Renus Sermboonsang Chairperson

Lecturer Wanlanai Saiprasert Member

ABSTRACT

The objective of the study was to study the customers satisfaction level towards the Marketing Mix factors of The Siam Moulding Plaster Co.,Ltd.

Questionnaire was used to collect data from 60 companies who were The Siam Moulding Plaster Co., Ltd. customers, and were divided into 3 groups, the first was 54 companies of Tableware group, the second was 5 companies of Sanitary ware group and the third was 1 company of Dental Plaster group. The data was analyzed by descriptive statistics, i.e., frequency, percentage, mean and weighted average.

The result of the study indicated that most customers who answered the questionnaire were females, working in the position of mould section supervisors. Most companies were in Tableware business. Most time period of purchasing was between 0 – 3 years. Most used type of plaster were Case plaster. Most ordered quantity of plaster were between 0-20 tons. Most section that gave information for decision were production and management section. The most position the made decision to purchase products were the Plant manager.

From the data analyzing summarized that the customers satisfaction level was in the high level for all factors. The highest level were product, place, price and promotion in order.

In term of product, customers satisfaction level was in the high level for three sub factors most highest score are the clarity of product lot, safety in product usage and the trustworthiness of company in order.

In term of price, customers satisfaction level was in the high level for three sub factors most highest score are the clarity of payment informs, the payment method and the clarity of price informs in order.

In term of place, customers satisfaction level was in the high level for three sub factors most highest score are the righteousness of product delivery, the righteousness of product delivery quantity and the completeness of product delivery in order.

In term of promotion, customers satisfaction level was in the high level for three sub factors most highest score are the ability in searching for product data when problem had happened, the ability in keeping secrets and attention and follow up of sales representative/ sales engineer in order.