

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด
สำหรับผลิตภัณฑ์ของ บริษัท โรงงานล็กกีส์สตาร์การทอ
จำกัด

ผู้เขียน

นางสาวรัตนา กิจเจริญ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท โรงงานล็กกีส์สตาร์การทอ จำกัด รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯ จำนวน 218 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ระยะเวลาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มากกว่า 3 ปี ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทุก 2-3 เดือน และมีมูลค่าซื้อเฉลี่ยเดือนละ 150,001-200,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของชนิดสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยไม่พึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยไม่พึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ระยะเวลาการส่งมอบที่ล่าช้า และผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยไม่พึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจก แคมเปญสินค้า

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Marketing Mix for Products of Lucky Star Weaving Company Limited

Author Ms. Rattana Kijcharoen

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed to study customers satisfaction towards the marketing mix factors of products and services as offered by Lucky Star Weaving Factory Company Limited. Data collection was completed by the distribution of questionnaires to 218 samplings who purchased products and took services from the mentioned company; then, all given data were analyzed by the application of descriptive statistics, composing of frequencies, percentages and means.

Based upon the results of this study, it was found that most respondents were business owners and had purchased products from this company for more than 3 years, with the purchasing frequency at every 2-3 month. In each of time of their purchase, they spent 150,001-200,000 baht in average.

Respondents satisfied with the Product factor of which the highest satisfaction was ranked to the variety of products. However, they dissatisfied with following marketing mix factors: Price of which the highest dissatisfaction was ranked to the higher price than products of other companies, Place of which the highest dissatisfaction was ranked to the delay in delivering products and Promotion of which the highest dissatisfaction was ranked to the special promotions such as discount, free trials and premium products.