

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีก
ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่

ผู้เขียน

นายชยากร โกศลธนากุล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามลูกค้า จำนวน 350 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มตามสะดวก และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ อัตราส่วนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ครอบครัว 10,000-19,999 บาท/เดือน ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/รับจ้างอิสระ

ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ปัจจัยตามลำดับดังนี้ คือ ส่วนประสมสินค้าและบริการ รองลงมาส่วนประสมราคา ส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า และส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตามลำดับ

ด้านส่วนประสมสินค้าและบริการปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว มีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน และมีบริการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ

ด้านส่วนประสมราคา ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และมีการขึ้นราคาให้กับลูกค้า

ด้านส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน การจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม และสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์

ด้านส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือมีพนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี และสามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ชัดเจน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Retail Mix of
Chiangmai Tung Oo Seng Limited Partnership

Author Mr.Chayakorn Kosoltanakul

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Orachorn Maneesong

ABSTRACE

The objective of this independent study was to study the Customer Satisfaction Towards Retail Mix of Chiangmai Tung Oo Seng Limited Partnership. The data was collected by questionnaires distributed to 350 randomly selected customers. The data was analyzed using descriptive statistics, Frequency, Percentage, and means.

The result of this study found that the majority of the respondents were male aged between 20-29 years old, with undergraduate education. They had own business or employed, the average family income was between 10,000 to 19,999 bath per month.

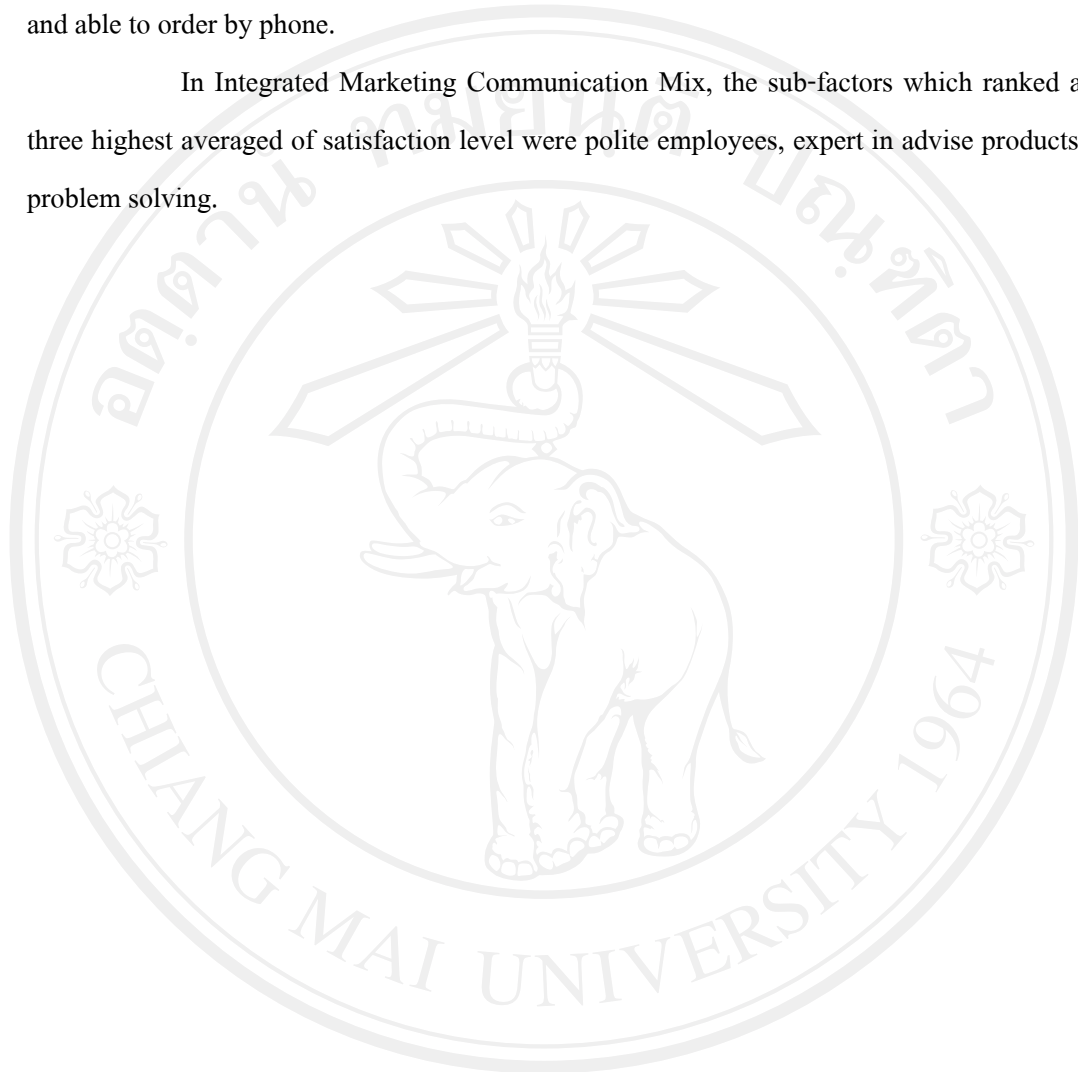
According to customers satisfaction towards retail mix of Chiangmai Tung Oo Seng Limited Partnership, the respondents gave an overall average at a high level and all four factors in the following order : Goods and Service Mix, Price Mix, Physical Distribution Mix and Integrated Marketing Communication Mix, respectively.

In Goods and Service Mix, the sub-factors which ranked at the three highest averaged of satisfaction level were process in payment correct and speedly, proper arrangement and sent quality goods.

In Price Mix, the sub-factors which ranked at the three highest averaged of satisfaction level were clear and correct price tag, price appropriate to quality, and warranty price for customer.

In Physical Distribution Mix, the sub-factors which ranked at the three highest averaged of satisfaction level were certain time in open and close hour, clean and great design, and able to order by phone.

In Integrated Marketing Communication Mix, the sub-factors which ranked at the three highest averaged of satisfaction level were polite employees, expert in advise products, and problem solving.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved