

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของ
บริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด อำเภอเมืองลำปาง

ผู้เขียน นางสาว ปวีณา กิตติโรจนา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
ทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด อำเภอเมืองลำปาง

โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากประชากรลูกค้าของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำนวน 217 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการ
วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ
ประเภทของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาที่กิจการเปิดดำเนินการ 11 – 15 ปี มีทุน
จดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท มีทำเลที่ตั้งของกิจการอยู่ในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยผลิต
เซรามิกประเภทแจกันดอกไม้ โดยมีการใช้เตาแก๊สในการเผาเซรามิก กิจการส่วนใหญ่มีจำนวน
เตาเผาเซรามิก 1 เตา มีขนาดเตาเผาเซรามิก 2 – 3 คิวบิกเมตร โดยมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 –
500,000 บาท และมีจำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 11 – 15 คน

จากการศึกษา พบว่าลักษณะการซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว
จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ดินขาวสำเร็จรูปประเภทดินล้าง KWC03 มีปริมาณการ
สั่งซื้อดินขาวสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน 1 – 10 ตัน มีความถี่การสั่งซื้อดินขาวสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน
1 – 3 ครั้ง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อดินขาวสำเร็จรูปต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ซึ่งมีเหตุผล
ในการเลือกซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด เพราะ ราคาเหมาะสม โดยมี

ระยะเวลาที่ซื้อคืนความสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปี และเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเองในการซื้อคืนความสำเร็จรูป

ผลการศึกษาระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดในแต่ละปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก ด้านราคา คือ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า และการติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก ด้านราคา คือ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Kittiroj White Clay Company Limited, Mueang Lampang District
Author	Miss Paweena Kittirojana
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

This independent study aimed to examine customer satisfaction towards marketing mix of Kittiroj White Clay Company Limited, Mueang Lampang District.

A questionnaire was used in this study as the research tool to collect the data from 217 samplings who were Kittiroj White Clay Company Limited's customers. The questionnaire was conveniently distributed to the samplings and the data was analyzed using descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

The data showed that most customers were private business owners that had been operating for 11-15 years, with registered capital of not over 1 million baht. The location of their business was in Kor Ka District, Lampang Province. The most produced products were ceramic vases, using a gas stove. Most customers owned one gas stove (2 – 3 cubic meters). Their average sales were 100,001 – 500,000 baht per month and they employed 11-15 staffs.

The data also showed compound white clay buying behaviors from Kittiroj White Clay Company Limited. to be as follows. Most of the questionnaire respondents bought KWC03 white clay for an average order of 1-10 tons per month. The frequency of orders was 1-3 times per month with an average cost of 5,001 – 10,000 bath per month. The reason for buying compound white clay from Kittiroj White Clay Company Limited. was for the reasonable price. The duration of buying compound white clay from Kittiroj White Clay Company Limited. was 6-10 years. The person who had the most influence on the buying decision was the customers themselves.

The results of the study found that the importance of marketing mix factors showed the highest importance on sub-factors of each marketing mix. In terms of product, it was the reputation of the company. In terms of price, the price was instable. In terms of place, it was accurate delivery and telephone contact. In terms of promotion, it was relationship between customers and the company.

The results of the study found that the satisfaction marketing mix factors showed the highest satisfaction on sub-factors of each marketing mix. In terms of product, it was the reputation of the company. In terms of price, the price was instable. In terms of place, it was telephone contact. In terms of promotion, it was relationship between customers and the company.