

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทาง  
การตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ โรงงาน  
ซีแพคเฟรนไชส์ สาขาจอมทอง

ผู้เขียน นายณัฐ อีรนพไพบูลย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล ทิมภากรณ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและระดับ  
ความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ โรงงานซี  
แพคเฟรนไชส์ สาขาจอมทอง โดยประชากรในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่ซึ่งเป็น  
ผู้รับเหมาก่อสร้างที่ซื้อคอนกรีตผสมเสร็จจาก โรงงานซีแพคเฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ซึ่งมี  
ทั้งหมดตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 82 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิง  
พรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม  
ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ตำแหน่งในสถาน  
ประกอบการเป็นกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้าง  
หุ้นส่วนจำกัด โดยกิจการจัดตั้งมาแล้ว 6-10 ปี มีจำนวนพนักงานในกิจการ ไม่เกิน 50 คน มี  
จำนวนโครงการที่รับเหมาก่อสร้างของกิจการโดยเฉลี่ยปี 1-5 โครงการ มีมูลค่างานก่อสร้าง  
โครงการที่กิจการรับเหมางานก่อสร้าง โดยเฉลี่ย ไม่เกิน 500,000 บาท มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน  
ของกิจการ ไม่เกิน 400,000 บาท ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ เจ้าของ  
หรือกรรมการผู้จัดการ มีแหล่งรับเหมางานก่อสร้างของกิจการ หน่วยงานราชการ แหล่งข้อมูลที่  
ทำให้รู้จัก โรงงานซีแพคเฟรนไชส์ สาขาจอมทอง คือ รู้จักเอง ระยะเวลาเป็นลูกค้าของ โรงงานซี

แพคแพรนไฮส์ สาขาจอมทอง 1-3 ปี ส่วนใหญ่แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จนอกจาก  
โรงงานซีแพคแพรนไฮส์ สาขาจอมทอง คือ บริษัทพีทีเอสคอนกรีต จำกัด

ผลการศึกษาระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม  
ทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแพรนไฮส์ สาขาจอมทอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริม  
การตลาด สำหรับความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับค่อนข้างพอใจ เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด  
และด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด  
คือ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมี  
ค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ลำดับแรกคือ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)  
เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก  
คือ ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมี  
ค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ลำดับแรกคือ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ลำดับแรกคือ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึง  
พอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากลำดับแรกคือ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการ  
ขนส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ  
พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ลำดับแรกคือ การขายโดยใช้พนักงานขาย

<b>Independent Study Title</b>	Satisfaction of Construction Contractors Towards Marketing Mix of Ready-Mixed Concrete of CPAC Franchisees Chom Thong Branch
<b>Author</b>	Mr. Nut Iranoppaiboon
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

## ABSTRACT

This independent study aimed at investigating levels of construction contractors' satisfaction and concern towards marketing mix of ready-mixed concrete of CPAC franchises, Chom Thong branch. Research samplings were specified to 82 construction contractors, as the customers, who had bought the ready-mixed concrete from CPAC franchises in Chom Thong branch since the franchises were operated. Data were analyzed by using descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean.

The findings showed that most construction contractors were 41-50 years old males with Bachelor's degree and hold the position of Managing Director or business owner of the Limited Partnership business, which had been operated for 6-10 years with less than 50 employees. In each year, there were approximately 1-5 construction projects, of which the cost per a project was not over 500,000 baht; thus, the average monthly income of their business was less than 400,000 baht. The authority who owned the ready-mixed concrete's purchasing decision was the owner or Managing Director. Their businesses were mostly employed by government units. It was found that the source of information, where they learned about the CPAC franchises, Chom Thong branch from, was referred to the respondents themselves. They had been customers

of CPAC franchises, Chom Thong branch for 1-3 years. Besides CPAC franchises, Chom Thong branch, they mostly bought the ready-mixed concrete from PPS Concrete Company Limited.

Hereafter were shown results of the study on levels of customers' concern and satisfaction towards marketing mix of ready-mixed concrete of CPAC franchises, Chom Thong branch.

The respondents respectively ranked the following marketing mix factors at high level of concern: product, place, price, and promotion, respectively; and ranked their satisfaction at moderate level to the marketing mix factors namely product, place, promotion, and price, respectively.

In product factor, the most concern was the variety of product's grades.

Regarding the satisfaction towards product factor, the respondents ranked their satisfaction at high level to the products which were certified by Thai Industrial Standard Institute and produced by modern production technology.

In price factor, the most concern was to have longer payment period than other factories or companies.

Regarding the satisfaction towards price factor, the respondents ranked their satisfaction at moderate level to the availability of various and comfortable payment methods.

In place factor, the most concern was rapidity and punctuality of product delivery.

Regarding the satisfaction towards place factor, the respondents ranked their satisfaction at high level to condition and readiness of vehicle to deliver products.

In promotion factor, the respondents ranked their satisfaction at high level to the good attention of sale persons

Regarding the satisfaction towards promotion factor, the respondents ranked their satisfaction at moderate level to the sales done by sale-persons.