

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงาน  
ของจิตต์อารี สปอร์ต คอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน

นางสาวอัญญา จังเกษม

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.นฤนาถ สราภักยานิช

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงานของจิตต์อารี สปอร์ต คอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง ซึ่งการศึกษานี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธุรกิจของจิตต์อารี สปอร์ตคอมเพล็กซ์ 172 รายและนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้คือ

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการให้บริการแบบครบวงจร ด้านราคา คือ โบนัสราคาการจัดงานมีความชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย คือ มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแจ้งข่าวสารโปรโมชันต่างๆ ผ่านสื่อทางตรง ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ขั้นตอนชำระเงิน การออกเอกสารทางการเงินถูกต้องรวดเร็ว ด้านบุคลากร คือ เจ้าของหรือผู้บริหารใส่ใจดูแลด้วยตนเอง และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ สถานที่โปร่ง โล่ง สบาย บรรยากาศดี เหมาะแก่การจัดงาน

<b>Independent Study Title</b>	Business Customer Satisfaction Towards the Organizer Services of Jitaree Sport Complex Lampang Province
<b>Author</b>	Miss Atchana Changkasem
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Dr. Naruanard Sarapaivanich

### **ABSTRACT**

The purpose of this independent study was to study business customer satisfaction towards the organizer services of Jitaree Sport Complex, Lampang province. In this study, questionnaires were used to collect data from business customer of Jitaree Sport Complex. There are 172 samples. All obtained data were analyzed by descriptive statistics, which were frequency, percentage and mean.

The results showed that customers feel satisfaction at high level at all marketing mix factors. The highest average ranking factor was Physical Evidence factor, followed by Place factor, Product factor, Price factor, Process factor, People factor and Promotion factor respectively.

The following marketing mix factors were the factors which customers felt satisfaction at the highest level; for product factor it was full service; price factor was the clearness of event quotation; place factor was sufficient car parking spaces; promotion factor was informing the promotion through direct media; process factor was efficient payment process and payment documenting procedures and speed and care of payment; people factor was the owner interaction with the customers; physical evident factor was the place that was excellent and comfortable environment suitable for organizing event.