

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม
ตราหน้าไทย

ชื่อผู้เขียน นางปฏิพร โพธิ์รังสิยากร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรชร มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชสถานติ	กรรมการ
อาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย

วิธีการศึกษาทำการเก็บแบบสอบถามและสัมภาษณ์รวมทั้งหมด 368 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า พบว่าลูกค้าส่วนมากสัญชาติไทย ร้อยละ 85.90 มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี ร้อยละ 37.20 ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 76.60 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงมากกว่า 25,001 บาท ร้อยละ 30.10 ลูกค้าส่วนมากใช้บริการของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย ที่บ้าน/ที่พักออาศัย ร้อยละ 71.20 เป็นการซื้อเพื่อบริโภคเอง ร้อยละ 96.50 ซึ่งส่วนมากรู้จักน้ำดื่ม ตรา หน้าไทยโดยคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 82.90 บรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบันมากที่สุดคือ ถังสีขาวยิบแสง ขนาด 20 ลิตร ร้อยละ 50.50 ความถี่ในการสั่งซื้อเป็นประจำทุกสัปดาห์ ร้อยละ 66.00 โดยชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดทุกครั้ง ร้อยละ 77.70 และมีความคิดเห็นที่จะแนะนำให้คนรู้จักใช้บริการของน้ำดื่ม ตรา หน้าไทย ร้อยละ 94.30

ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่ม ตรา น้ำไทย โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการขนส่งและพนักงาน ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกทดแทนขวดแก้วที่ใช้ในปัจจุบันมีจำนวนลูกค้าเห็นด้วย ร้อยละ 54.60 และจะใช้แน่นอน ร้อยละ 59.00

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

Independent Study Title Customer's Satisfaction Towards Numthai Drinking Water
Focusing on Marketing Mix

Author Mrs. Patiporn Bhotirungsiyakorn

M.B.A.

Examining Committee	Asst. Prof. Dr. Orachorn Maneesong	Chairman
	Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Member
	Lecturer Nittaya Watanakun	Member

ABSTRACT

The purpose of this study is to study customer's satisfaction towards Numthai Drinking Water focusing on Marketing Mix.

The data was collected from 368 people who consume Numthai Drinking Water. The data collected was computed by using SPSS/PC⁺ program. The statistics : frequency, percentage and average were applied to get the following result.

From the study, it was found that 85.90% of the interviewed are of Thai nationality, 76.60%, have a bachelor degree or higher degree. Besides this, 30.10% of customers earn more than 25,001 baht per month. Regarding the main reasons for purchasing, 71.20% consume Numthai Drinking Water for their private use at home or in the office. Most of them, 96.50% purchase for family, not for sale. Most of them, 82.90% learned about Numthai Drinking Water by someone's recommendation. The most popular size of drinking container for 50.50% of the customer is the white 5 gallons bottle. 66% of the customer purchase every week and 77.70% pay by cash. The number of people who will recommend Numthai Drinking Water to their friends is 94.30%.

Most customers rated the importance of their satisfaction towards four marketing factors as follows : the research result shows that the customers have above average satisfaction with the

product's quality, distribution and staff. The customers have an average level of satisfaction concerning price and promotion factors.

Regarding the customer's opinion towards the new design drinking container, 54.60% prefer the new design and 59% responded absolutely they will use the new design drinking container.