

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน นางสาวกรภัทร์ วงศ์รัตน์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

ประธานกรรมการ

อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรซึ่งได้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย จำนวน 52 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ตำแหน่งในกิจการคือเจ้าของกิจการ อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ประเภทของธุรกิจคือการค้าปลีก มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ คือ 5-10 ปี รายได้เฉลี่ยของธุรกิจคือ 50,001-100,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือพบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กิจการเลือกซื้อมากที่สุดคือ ของใช้ตกแต่งบ้าน โดยซื้อเดือนละ 1 ครั้ง งบประมาณที่ซื้อ 10,000 บาทต่อครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่แหล่งที่ซื้อในจังหวัดลำพูนคือ ร้านค้าหรือโรงทอบ้านหนองเงือก เพราะสามารถผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ต้องการได้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการบริการของร้านค้า การเลือกซื้อจากแหล่งต่างๆ ซื้อจากร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส ส่วนรูปแบบการซื้อ

คือ ชื่อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการจากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปชื่อจากผู้ขายรายใหม่ ความคิดเห็นต่อแนวโน้มความนิยมสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือในตลาดว่าอยู่ตัวร้อยละ 50 และร้อยละ 30.8 เห็นว่าความนิยมในตลาดเริ่มลดลง และเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือไม่ควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ เพื่อความแปลกใหม่เช่น Recycle Silk, Hemp

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสวนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลัยทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ คือด้านการส่งเสริมการตลาด

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a flame or a crown. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst motifs.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title**      Customer Satisfaction Towards Marketing Mix Factors of  
Bualaitong Thai Cotton Limited Partnership, Lumphun Province

**Author**                              Miss Kornphat Wongrat

**Degree**                              Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Orachorn Maneesong                              Chairperson

Lect. Nitaya Watanakun    Member

**ABSTRACT**

This independent study aimed to explore the customer satisfaction towards marketing mix factors of Bualaitong Thai Cotton Limited Partnership, Pha Sang district, Lumphun province. Data was collected by questionnaires distributed to 52 different types of customers including manufacturers, wholesalers, and retailers. Then, the data was analyzed by the application of descriptive statistics composed of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, the majority of respondents was 41-50 year-of-age female with Bachelor's degree level of education and worked in a position of the owner of retailed cotton business. Their experience in handmade cotton business was specified to the periods of 5 – 10 years and the average income was in a range of 50,001 – 100,000 baht per month.

According to the studying result regarding the purchase of handmade cotton, it was found that the best seller was in a category of housing decoration. They mostly purchased them once a month and spent around 10,000 baht each time/month. Most of them purchased the products from either wholesale shops or Nong-Ngeuk Weaving Factory. Reasons of purchasing handmade products from the specific places were mentioned to the availability in producing made-to-order product's patterns, the quality of products, the well selective

materials, and its service. Concerning on the purchasing selection, they normally purchased the needed products from their regular shops, but they occasionally compared product's price and quality to other shops. In general, they repeatedly purchased the same products of which some qualities were gradually improving at the shop where they used to purchase products from or sometimes at the new shop. Regarding to the opinion about popularity of the handmade cotton products, there were 50 percent of respondents agreed that the markets of handmade cotton products tended to be stable, but there were 30.8 percent of them agreed that the popularity of handmade cotton products began to decrease. They also agreed that the handmade cotton products should not be mixed with other materials which brought the sense of different like Recycle Silk, and Hemp.

According to the studying results on the customer's satisfaction towards marketing mix factors of Bualaitong Thai Cotton Limited Partnership, the respondents had high level of satisfaction to the factors namely product, service process, price, place, people, and physical evidence, and fair level of satisfaction to the promotion factor.