

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของ
บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

ผู้เขียน นายจิตติ โลจน์ ไพบูลย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อ
บริการของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจ
ที่ใช้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด จำนวน 30
ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าธุรกิจเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี ระดับ
การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ตำแหน่งในองค์กร เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาด ประเภทของ
ลูกค้าธุรกิจส่วนใหญ่คือบริษัทผู้ผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค โดยมีเหตุผลลำดับแรกที่เลือกใช้บริการ
บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัดคือ ผลงานที่ผ่านมา และแหล่งข้อมูลที่ทราบบริษัท
คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัดมากกว่าคือ การบอกต่อจากผู้เคยใช้บริการ และเว็บไซต์
บริการกิจกรรมทางการตลาดที่ลูกค้าธุรกิจใช้มากกว่ากิจกรรมอื่นคือด้านการตลาดเชิงกิจกรรม

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้าน
ราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและ
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย
ในระดับมาก คือ การจัดหาพิธีกรดำเนินรายการ การจัดตกแต่งบูท/เวที/สถานที่บริเวณการจัดงาน

และการจัดดำเนินรายการกิจกรรมตลอดงาน รองลงมา การจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้ร่วมงาน ได้ร่วมสนุก และการจัดการแสดงโชว์ต่างๆ การจัดหาและจัดเตรียมสถานที่ในการจัดงาน เท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ราคาที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร มีเงื่อนไขในการชำระเงินแบ่งตามงวดราคาแต่ละงาน รองลงมา งบประมาณการจัดงาน

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สามารถติดต่อได้ทาง E-mail รองลงมา มีเว็บไซต์ให้บริการแนะนำกิจการและบริการที่มีให้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ มีการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณภาพของสินค้า หรือบริการของบริษัทที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือ รองลงมา มีการเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง

ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือวางใจได้ รองลงมา พนักงานให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่สุภาพ และเข้าใจง่าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ มีความพร้อมในด้านต่างๆ เมื่อจัดงานทั้งอุปกรณ์ ทีมงาน ฯลฯ และมีบริการหลายรูปแบบให้ลูกค้าได้เลือกตามความพอใจ และงบประมาณ รองลงมา มีการประเมินผลการจัดงานและสรุปข่าวสารทั้งหมดให้แก่องค์กร เมื่อดำเนินการจัดงานเสร็จสิ้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์งาน รองลงมา มาตรฐานและคุณภาพการจัดงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Author Mr. Jitti Lodjanapaiboon

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew Chairperson

Associate Professor Orapin Santidhirakul Member

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate corporate-customer satisfaction towards services of Kid Dee Thum Dee Rang Dee Organizer Company Limited. Data were collected from 30 company corporate-customers; then, were analyzed by descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean.

The findings of this study showed that the number of male corporate-customers was higher than females. Most of them were in the ages between 31-40 years with postgraduate educational level and worked in a position of Marketing Manager. Among these corporate-customers, they were mostly from the business categories of commodities factory. The first reason in choosing Kid Dee Thum Dee Raeng Dee Organizer Company Limited was given to the previous works of the company and the source of information where the customers learnt about the company was the word of mouth from the company's former customers and its website. The marketing service that they mostly got from the studied company was referred to Event Marketing rather than other activities.

Based upon the study on corporate-customer satisfaction towards service marketing mix factors, the results indicated in the overall view, the customers averagely ranked their satisfaction at high level for all factors: People, Place, Price, Process, Product/Service, Physical Evidence, Presentation and Promotion, respectively.

In product and services factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; arranging master of ceremony for the event, decorating booth/stage/event functional area and carrying activities throughout the event. They

also equally ranked their high satisfaction to the following sub-factors; preparing activities in which participants could join, providing performances for the event, well selecting and setting the event functional area.

In price factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; having flexible and adjustable cost as per the customer's need and dividing the payment into different terms of working stage. They also ranked their high satisfaction to the sub-factor mentioning about the budget to be spent for the event.

In place factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at the high level to the first two sub-factors; being able to contact the company through Email and being able to access the company's website where the company and its services were introduced.

In promotion factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; promoting the company via media to draw customer's recognition towards the standard and reliable quality of products or services of the company, as well as, publicizing all arranging events to customers thoroughly.

In people factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; having honest and reliable officers and having officers who provided polite and easy-to-understand advises to customers.

In process factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; being ready for all functional concerns such as devices, teamwork, and etc., having the varied service patterns for customers to select upon their satisfaction and proposing the satisfied budget. They also ranked their high satisfaction to the sub-factor mentioning about the availability of the event evaluation and summary to be reported to the corporate-customer at the end of the event.

In physical evidence and presentation factor, the corporate-customers averagely ranked their satisfaction at high level to the first two sub-factors; the differences in creating events and the standard and the quality of events.