ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดฟาร์มไก่ไข่เกรียงศักดิ์

ผู้เขียน นางจิราวร คำวงค์ษา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ ธีรานุพัฒนา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฟาร์มไก่ไข่เกรียงศักดิ์ โดยใช้แนวความคิดความพึงพอใจของลูกค้าและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากลูกค้าขายส่งปัจจุบันของเกรียงศักดิ์ฟาร์มจำนวนทั้งสิ้น 170 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ปวส. มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประกอบธุรกิจขายไข่ไก่มาเป็นระยะเวลา 1 – 2 ปี มีปริมาณในการซื้อไข่ไก่ครั้งละ 11 – 50 ถาด มีวิธีการชำระเงินเป็นเงินสดทันที

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดฟาร์มไก่ไข่เกรียงศักดิ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ความสดใหม่ของไข่ไก่

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ สามารถต่อรองราคาได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ บริการขนส่งฟรี

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยลำดับแรก คือ ความง่ายของกระบวนการสั่งซื้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Kriengsak Chicken Layer Farm

Author Mrs. Jiravorn Khamwongsa

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Dr.Adisak Theeranuphattana

ABSTRACT

This independent study aimed at studying customers' satisfaction towards marketing mix factors of Kriengsak Layer Chicken Farm, in which the concept of customer satisfaction and the theory of marketing mix factors were applied.

In this study, data were collected from 170 wholesaler customers of the studied farm. All data obtained were assessed by using descriptive statistics, including percentage and mean.

The findings presented that most respondents were 31-40 years old married female, who graduated at the high school/diploma/high vocational certificate level. They earned monthly income at the amount of 10,001-20,000 Baht and had been engaged in the egg selling business for 1-2 years. In each time, the purchasing volume was 11 – 15 trays and the payment was done in cash on delivery.

The results of the study on customers' satisfaction towards marketing mix factors of Kriengsak Layer Chicken Farm showed that the respondents ranked their highest satisfaction to place factor and high satisfaction to price, promotion and product factors, respectively.

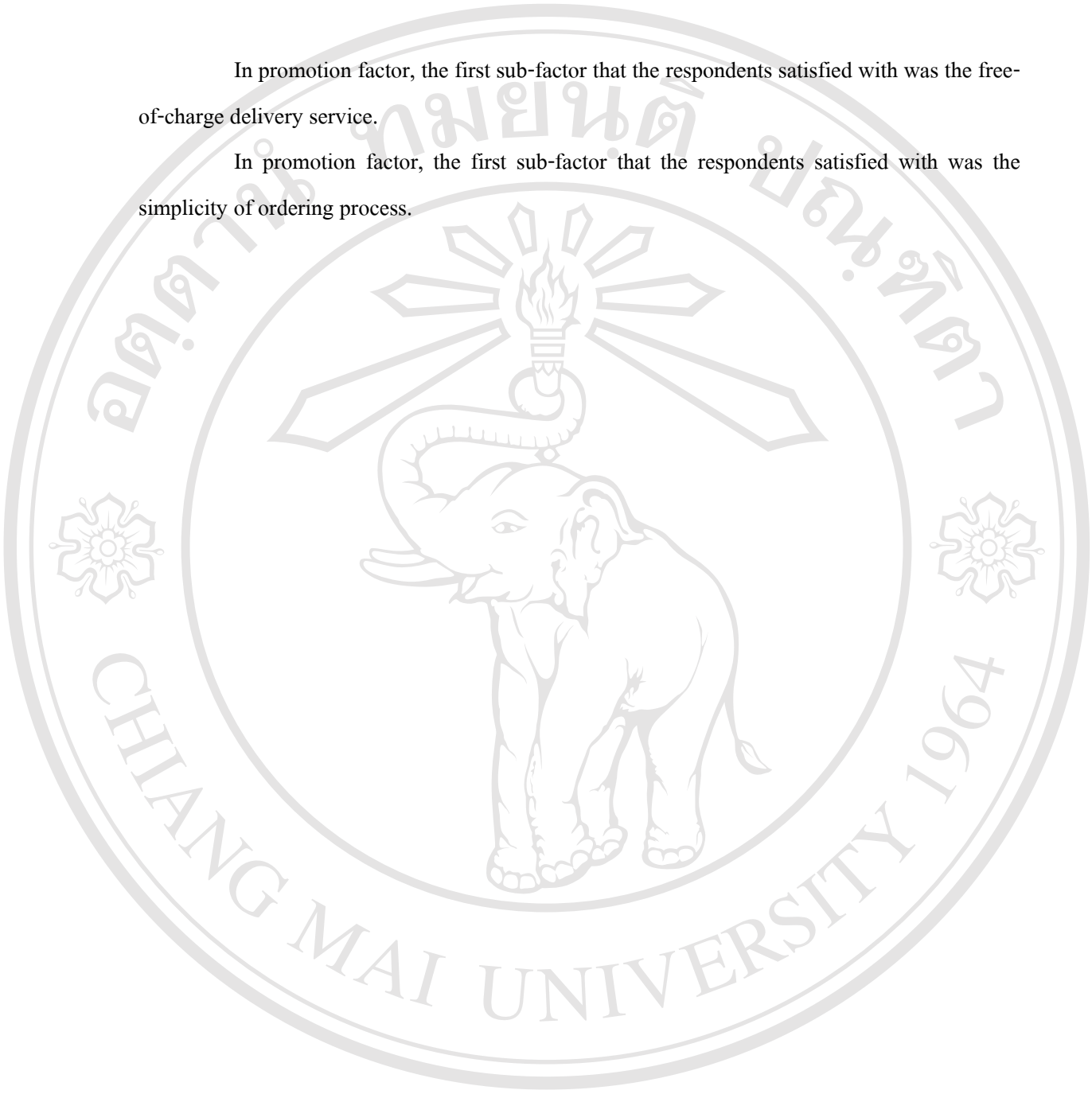
In product factor, the first sub-factor that the respondents satisfied with was the freshness of egg.

In price factor, the first sub-factor that the respondents satisfied with was the negotiable price.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

In promotion factor, the first sub-factor that the respondents satisfied with was the free-of-charge delivery service.

In promotion factor, the first sub-factor that the respondents satisfied with was the simplicity of ordering process.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved