

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของ
ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ผู้เขียน นางสาวนีย์ วงษา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศรีภักย์วานิช

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 15-18 ปี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน เลือกรับซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 100-300 บาท รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก มาใช้บริการนานๆ ครั้ง ในช่วงวันที่ไม่แน่นอน โดยมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง เหตุผลที่เลือกรับซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในภาพรวมของส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแสดงรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of
Aukkaraphan Phanit

Author Mrs. Soawanee Wongsra

Degree Master of Business Administration

Advisor Dr. Naruanard Sarapaivanich

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards marketing mix of Aukkaraphan Phanit. Questionnaires were used as the tool to collect data. Data obtained were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and means.

The findings presented that most respondents were female in the age of 15-18 years old and earned monthly income at lower than 5,000 Baht. Their education background was undergraduate level. Presently they were students. Products that they purchased were A4 paper, cover paper, lined paper, and bond paper. In each purchase, the estimated expense for stationaries was 100-300 Baht. They learned about the Aukkaraphan Phanit from friends, relatives, and acquaintance. They rarely took services from the studied store on uncertain day during 9.01-11.00 hrs. Person who owned authority in purchasing stationaries was the respondents themselves. Reason of purchasing stationaries from the Aukkaraphan Phanit was product varieties.

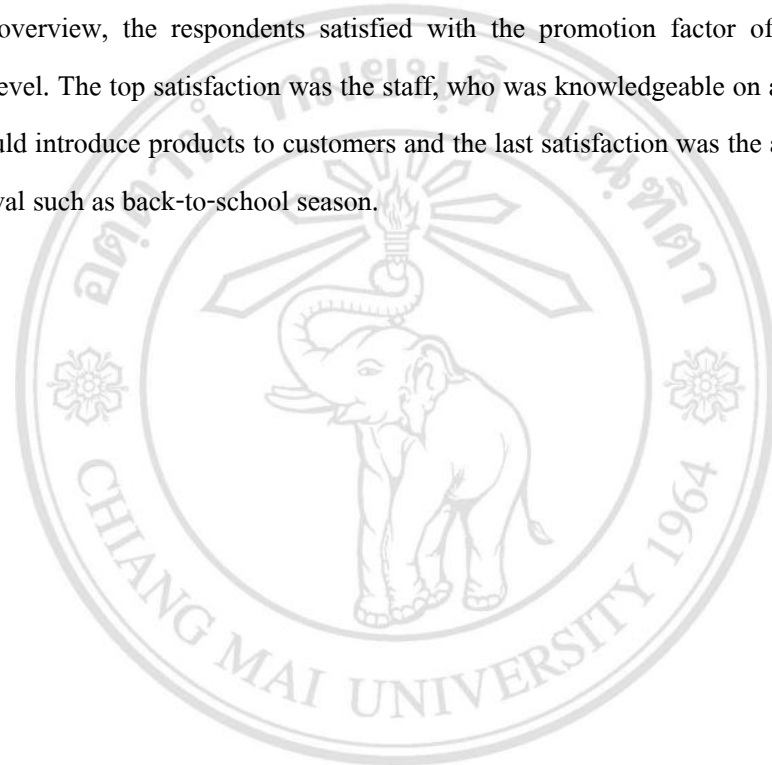
According to the study, the respondents satisfied with the overall marketing mix of Aukkaraphan Phanit at high level. Their satisfaction was respectively given to the marketing mix factors namely place, price, product, and promotion in descending order, with the details as follows.

In an overview, the respondents satisfied with the product factor of Aukkaraphan Phanit at high level. The top satisfaction was to have all products as needed and the last satisfaction was the beauty of product and its package.

In an overview, the respondents satisfied with the price factor of Aukkaraphan Phanit at high level. The top satisfaction was the variable product pricing: high, medium, and low product prices and the last satisfaction was the negotiable price for large order.

In an overview, the respondents satisfied with the place factor of Aukkaraphan Phanit at high level. The top satisfaction was the location where was easy to find and the last satisfaction was the ease and convenience to make a contact via phone.

In an overview, the respondents satisfied with the promotion factor of Aukkaraphan Phanit at high level. The top satisfaction was the staff, who was knowledgeable on a certain type of product and could introduce products to customers and the last satisfaction was the attractive events on special festival such as back-to-school season.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved