

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ของ
บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายชนากร สุภายา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาด ของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามจาก ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี
เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 80 ราย และ
นำข้อมูลมาประมวลผล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยร้อยละ ความถี่และค่าเฉลี่ย สรุปผล
การศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับ
ปริญญา ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ ธุรกิจขายปลีก ดำเนินกิจการ ในประเทศไทย
ตำแหน่งเป็น เจ้าของกิจการ หรือผู้ประกอบการ จำหน่ายสินค้าไปในประเทศ สหรัฐอเมริกา ผู้มี
อิทธิพลต่อการซื้อ ตัวท่านเอง วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปขาย หมวดของสินค้าที่ซื้อ ที่ซื้อ โคม
ไฟไม้ไผ่ตั้งโต๊ะ ช่องทางการซื้อสินค้าในการซื้อซื้อที่หน้าร้าน ซื้อสินค้าเมื่อสต็อกสินค้าหมด
ความถี่ในการซื้อ 4 - 6 เดือนต่อครั้ง ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 40,000 บาท – 100,000 บาท เหตุผล
ที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด

ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด
ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน การส่งเสริมการตลาด ความ
พึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด ในระดับปานกลางคือ ด้านราคาตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ มีความพึงพอใจในด้าน สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด การรับประกันสินค้าหลังการขาย สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือด้านหัตถกรรม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C ด้านสินค้ามีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน และแสดงรูปแบบราคาหลายสกุลเงินให้เลือก เงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจใน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทาง ติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร ด้านเว็บไซต์มีข้อมูล รายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจใน ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด ด้านการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟชำรุด พนักงานขายพูดจาอ่อนน้อม สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Marketing Mix Factors of Simply Décor Company Limited, Amphoe Sankampaeng, Changwat Chiang Mai

Author Mr.Thanakorn Supasa

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

This Independent Study aim to study the Customer Satisfaction Towards Marketing Mix Factors of Simply Décor Company limited, Amphoe Sankampaeng, Changwat Chiang Mai.

The Independent Study is conducted by gathering questionnaire from Simply Décor Company's priority customers. The sampling was used to sample 80 customers including wholesale and retail, domestic and international .The raw data from questionnaire was analyzed by using the descriptive statistic which were frequency score, percentage score and mean score. Summary of the study are as the following.

The study found that almost numbers of respondents are women. The age was between 31-40 years old. The education level was Bachelor degree. Their occupation were to own the business. Type of business was retail shop located in Thailand. They were most export to US market. The person who was influential to the decision making of purchase was themselves. The purpose of purchase was to sell to their customers. The preferable type of lamp that they mostly like to buy was bamboo Table lamp. The channel of purchase was visiting showroom. Time of purchase was when their stock is run out. The frequency of making purchase order per month was between 4-6 times. The value of one purchase order was between 40,000 -100,000 baht. Lastly, the reason of buying bamboo lamp from Simply Décor Company was the diversity of designs.

In term of marketing mix factors that affected to customer satisfaction, the study discovers that products, place and promotion affected highly to customers while price was in the medium level to affect to them.

Product factors that have importance level in the first 3 level were production capability, on-time delivery and products made from experience craftsmanship.

Price factors that have importance level in the first 3 level firstly was variety of payment channel such as T/T, PayPal or L/C, secondly was clearly identify price, variety of currency acceptance.

Place factors that have importance level in the first 3 level were variety of contact channel such as e-mail, facsimile, clearly categorized products and contain business information in website, samples could be sent to customer, well packaging and on-time delivery.

Promotion factors that have importance level in the first 3 level were on-time delivery service, product claim service in case of small insect found or short circuit and friendliness and well communication with seller.