

เรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาด
ของบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม. ฟลาวเวอร์ ซีดส์ (ไทยแลนด์)
 จำกัด

ผู้เขียน

นายวิศักดิ์ อู่เงิน

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.พิชญลักษณ์ พิชญกุล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม. ฟลาวเวอร์ ซีดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด

ประชากรในการศึกษานี้คือ กลุ่มลูกค้าที่มียอดซื้อตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป ของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม ฟลาวเวอร์ ซีดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด มีจำนวนทั้งสิ้น 101 ราย ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ และคำนวณค่าทางสถิติ โดยประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001บาท ขึ้นไป ลักษณะการซื้อเพื่อขายต่อ สถานที่ที่องค์กรตั้งอยู่ในภาคกลาง ยอดซื้อโดยเฉลี่ยต่อปีอยู่ระหว่าง 100,000-250,000 บาท ประเภทของสินค้าเป็นเมล็ดพันธุ์ดอกไม้ มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อปีอยู่ระหว่าง 6-10 ครั้งต่อปี โดยมีช่องทางในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ทางโทรศัพท์ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม. ฟลาวเวอร์ ซีดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด มีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 และพบว่าลูกค้าทุกภาคมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

ปัญหาของบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม. ฟลาวเวอร์ ซีดส์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้แก่ สินค้ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ และไม่มี

พนักงานขายเข้าพบอย่างต่อเนื่องซึ่งปัญหาดังกล่าวทางบริษัทควรมีการปรับปรุงแก้ไขโดยการ
จัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการ และกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่บริการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ที่
ชัดเจน และมีพนักงานขายเข้าพบอย่างต่อเนื่อง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title

Customer Satisfaction Towards Marketing Mix Factors
of AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd.

Author

Mr. Taweesak Aungern

Degree

Master of Business Administration
(Agro-Industry Management)

Independent Study Advisor

Dr. Pichayalak Pichayakul

ABSTRACT

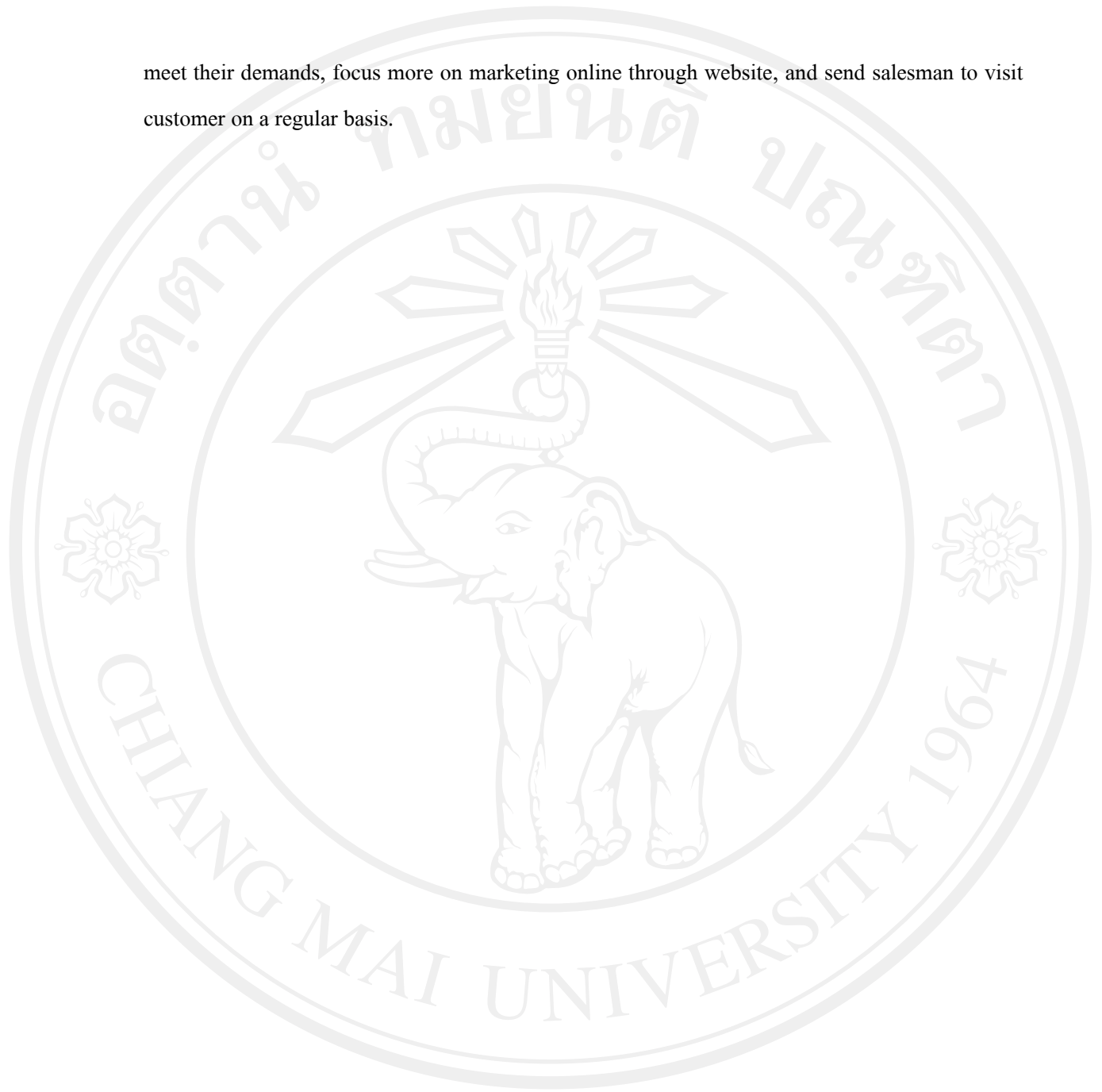
The purpose of this study was to study the customer satisfaction towards marketing mix factors of AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd.

The populations in this study were customers who purchase up to 100,000 baht of AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd. The data was collected from 101 questionnaires and was analyzed by quantitatively statistics including frequency, percentage and mean.

The findings revealed that the majority of customers were female, 30-39 year old, bachelor's degree holders, and were owner business. Most of them earned up to 50,001 baht per year. The main reason of purchasing from AFM was for resaling. Most of the customers located in the central region of Thailand. Their average sales per year range between 100,000 – 250,000 baht. The most purchased products from AFM were flower seeds. They ordered flower seed 6-10 times per year by telephone. Customer satisfaction towards marketing mix factors of AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd. was 3.62, which was ranked as high level and all customers have average level of satisfaction with the product is in much as possible.

It was found that the problem of AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd. were inadequacy of products, lack of online purchasing service, and insufficient salesman visited customer regular basis. AFM Flower Seeds (Thailand) Co., Ltd. should be provide products to

meet their demands, focus more on marketing online through website, and send salesman to visit customer on a regular basis.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved