ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดขวัญฤทัยค้าวัสดุ อำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวขวัญฤทัย ชัยศรีสวัสดิ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดห้างหุ้นส่วนจำกัดขวัญฤทัยค้าวัสดุ อำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวความคิดความพึงพอใจของลูกค้าและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมา ลูกค้าขายส่ง และลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ จำนวนทั้งสิ้น 231 ราย และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า เพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 – 20,000 บาท ไม่มีร้านวัสดุก่อสร้างร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำในการใช้บริการ มีการซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าที่ซื้อเป็นประจำลำดับที่ 1 คือ ร้านขวัญฤทัย รู้จักร้านขวัญฤทัยวัสดุก่อสร้างจากโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของร้าน ประกอบอาชีพเป็นผู้รับเหมา มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจก่อสร้างหรืองานที่เกี่ยวกับการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 5 ปี ตัวเองเป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านขวัญฤทัยวัสดุก่อสร้าง เหตุผลที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการร้านขวัญฤทัยวัสดุก่อสร้างคือ อยู่ใกล้สถานที่ต้องก่อสร้าง ส่วนใหญ่เลือกซื้ออิฐ หิน ปูน ทราย มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการซื้อวัสดุก่อสร้างต่ำกว่า 10 ครั้ง/ปี มีการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างโดยกำหนดคุณลักษณะสินค้า มีการสั่งซื้อวัสดุเมื่อสินค้าหมด โดยให้ทาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้านจัดส่งให้ ใช้ระยะเวลาในการรับสินค้าหลังจากการสั่งคือ ภายใน 1 วัน มีการชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด มีการชำระเงินทันที

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดห้างหุ้นส่วนจำกัดขวัญฤทัยค้าวัสดุ อำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

โดยมีความพึงพอใจโดยรวมของปัจจัยย่อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก ดังนี้ ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้กับสถานที่ตั้งของงาน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ การเดินทางไปมาสะดวก คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในร้าน ภาพพจน์ของร้านค้ามีชื่อเสียงดี มีป้ายบอกชื่อร้านที่สะดุดตา จดจำง่าย ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และแสงสว่างภายในร้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Khunruetai Materials Limited Partnership, Mae Ai District, Chiang Mai Province

Author Miss Khunruetai Chaisrisawat

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

This independent study aimed at examining customer satisfaction towards the marketing mix factors of Khunruetai Materials Limited Partnership, Mae Ai district, Chiang Mai province, in according to the concept of customer satisfaction and the theory of marketing mix factors.

In this study, data was collected from 231 customers who are wholesalers, retailers, and government officials. Then, the data obtained were assessed by using the descriptive statistics, including percentage and mean.

The findings showed that the number of male was greater than female. They were married and in the age of 41-50 years old. Their education background was lower than high school level. They earned monthly income at the average amount of 10,001-20,000 Baht. They did not have the specific construction materials shop, but mostly purchased the materials from Khunruetai Materials Limited Partnership. They learned about the Khuenruetai Materials Limited Partnerships from advertisement and public relation of the certain shop. The respondents were contractor with less than 5 year experience in construction business or business related to purchase of construction materials. Person influencing their decision to purchase products from Khuenruetai Materials Limited Partnerships was mentioned to the respondents themselves. Reason of selecting the mentioned shop was the shop location, where situated near the construction site. Most of them purchased bricks, rocks, cements, and sand from the shop and

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

spent less than 10,000 Baht in each time of purchase. They purchased the construction materials from the studied shop at less than 10 times a year. They decided to purchase the construction materials when the stocked materials run out and asked the studied shop to deliver the orders. The product delivery was done after making order within 1 day and paid in case immediately when receiving products.

The results of the study on customer satisfaction towards the marketing mix factors of Khunruetai Materials Limited Partnership, Mae Ai district, Chiang Mai province presented that they averagely ranked their satisfaction at high level to place, product, physical evidence and presentation, service process, price, people and promotion factors, respectively.

Their satisfactions were for the following top ten sub-factors: location of the shop where located near the construction site, sufficient space for parking, convenient access, product quality, use of computer system, good image of the shop, outstanding and easy to remember fascia, available brands of products, variety of products and light in the shop, respectively.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved