

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการของบริษัท เชียงใหม่บุญเจริญชัยพลาย จำกัด

ผู้เขียน

นางสาววิวรรณ เทียนชัยกุล

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. เขมกร ไชยประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่บุญเจริญชัยพลาย จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่บุญเจริญชัยพลาย จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มโรงแรมและร้านอาหารของบริษัท เชียงใหม่บุญเจริญชัยพลาย จำกัด ที่มีรายการซื้อขายรวมถึงการจัดส่งสินค้าของบริษัทฯ จำนวน 248 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการวัดความพึงพอใจจะใช้การประเมินความคาดหวังต่อการบริการและบริการที่ได้รับจริงต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน คือ Paired t-test

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่บุญเจริญชัยพลาย จำกัด โดยรวมไม่มีความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบ้างด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ และลูกค้าไม่มีความพึงพอใจต่อบ้างด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Service Marketing Mix of Chiangmai Booncharoen Supply Company Limited
Author	Miss Weerawan Thienchaikul
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Lecturer Dr. Kemakorn Chaiprasit

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring customers' satisfaction towards services marketing mix of Chiangmai Booncharoen Supply Company Limited. The data was collected from 248 customers of Chiangmai Booncharoen Supply Company Limited by using questionnaires, based on expectation and perception towards 7 services marketing mix comprising product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. The given data were then analyzed by applying descriptive statistics which composed of frequency, percentage, mean and paired t-test of inferential statistics.

Based upon the findings, the overall customers were unsatisfied with services marketing mix of Chiangmai Booncharoen Supply Company Limited. When considered each aspect, the customers were satisfied with price and physical evidence, but they were unsatisfied with people, product, place, process and promotion.