

ชื่อภาคนิพนธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด

ผู้วิจัย นายสมชาย รุ่งชนกิจ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผศ. ดร.บุวลักษ์ณ์ เวชวิทยาขลัง (2) รศ. ปรีชา วัฒนาทิพย์ธำรงค์
(3) ผศ. นิภา เมธธาวิชัย ปีการศึกษา 2548 จำนวน 81 หน้า คำสำคัญ ความพึงพอใจ ลูกค้า
การให้บริการ บริษัท กุลธร จำกัด

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัทของกลุ่มลูกค้า 3 ประเภทและเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัทของกลุ่มลูกค้า คือ ตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และลูกค้าทั่วไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้า 3 ประเภท จำนวน 260 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายร้อยละ 37.7 ระยะเวลาการติดต่อกับบริษัท 1 – 3 ปี ร้อยละ 32.7 ซื้อสินค้าทุกเดือน ร้อยละ 46.9 เพื่อจัดจำหน่ายร้อยละ 57.3 ผู้จัดจำหน่าย 2 ราย ร้อยละ 37.3 และบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จำนวน 2 คน ร้อยละ 44.2 (2) ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและการให้บริการทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาดและการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, $\bar{X} = 3.60$, $\bar{X} = 3.62$, $\bar{X} = 3.54$, $\bar{X} = 3.61$ ตามลำดับ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกรายการ (3) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการด้านต่าง ๆ ของกลุ่มลูกค้า 3 ประเภท พบว่า ลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และลูกค้าทั่วไป มีความพึงพอใจโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

Term Paper Title The Satisfaction of Customer towards Products and Services of Kulthorn Co.,Ltd.

Researcher Mr. Somchai Rungtanakij. Master of Business Administration (General Management).
Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: (1) Asst. Prof. Dr. Yuwalax
Vejwittayaklung. (2) Assoc. Prof. Preecha Watanatipdhumrong. (3) Asst. Prof. Nipa
Mettavechai. Academic year: 2005. 81 pp. Keywords: satisfaction, customer, service,
Kulthorn Co.,Ltd.

Abstract

The purposes of this research were to study the customer's satisfaction toward products and services of Kulthorn Co.,Ltd. and compare the satisfaction of 3 groups of customers namely dealer, manufacturer and user. The sample of this research was 260 customers from 3 groups of customers. The questionnaire was used for collect data. The data was analyzed by percentage, standard deviation, and One-way analysis variance.

The study found that (1) most customers was the dealer which was 37.7 %, 32.7% dealt with the company for 1-3 years, 46.9% bought the company's products every month, 57.3% bought products for selling, 37.3% bought from 2 distributors and 44.2% had contribution to the purchase 2 persons (2) customers were highly satisfied with all aspects of products and services, that were, products, price, place, promotion and service (\bar{X} =3.57, \bar{X} = 3.60, \bar{X} = 3.62, \bar{X} = 3.54, \bar{X} = 3.61 respectively) when considering the mentioned aspects separately, it found that the customers were greatly satisfied in every aspects of products and services. (3) the outcomes of the comparative study on satisfaction toward products and services of 3 group of customers expressed that the dealer manufacturer and user were satisfied all aspects of products and services in general namely, product, price, promotion, and services differently at significance level of 0.01, for price of the products were different at significance level of 0.05.