

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัด ลำพูน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรซึ่งได้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย จำนวน 52 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ตำแหน่งในกิจการคือ เจ้าของกิจการ อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ประเภทของธุรกิจคือการค้าปลีก มีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ คือ 5-10 ปี รายได้เฉลี่ยของธุรกิจคือ 50,001-100,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือพบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กิจการเลือกซื้อมากที่สุดคือ ของใช้ตกแต่งบ้าน โดยซื้อเดือนละ 1 ครั้ง งบประมาณที่ซื้อ 10,000 บาทต่อครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่แหล่งที่ซื้อในจังหวัดลำพูนคือ ร้านค้าหรือโรงทอบ้านหนองเงือก เพราะสามารถผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ต้องการได้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการบริการของร้านค้า การเลือกซื้อจากแหล่งต่างๆ ซื้อจากร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส ส่วนรูปแบบการซื้อคือซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการจากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายใหม่ ความคิดเห็นต่อแนวโน้มความนิยมสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือในตลาดว่าอยู่ตัวร้อยละ 50 และร้อยละ 30.8 เห็นว่าความนิยมในตลาดเริ่มลดลง และเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือไม่ควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ เพื่อความแปลกใหม่เช่น Recycle Silk, Hemp

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ คือด้านการส่งเสริมการตลาด

This independent study aimed to explore the customer satisfaction towards marketing mix factors of Bualaitong Thai Cotton Limited Partnership, Pha Sang district, Lumphun province. Data was collected by questionnaires distributed to 52 different types of its customers including manufacturers, wholesalers, and retailers. Then, the data was analyzed by the application of descriptive statistics composed of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, the majority of respondents were 41-50 years-of-age female and in a position shop owner with Bachelor's degree level of education. Their hand-woven cotton business was categorized in a retailed business type and had been operated for 5 – 10 years with 50,001 – 100,000 baht as average monthly income.

According to findings in relation to the purchase of hand-woven cotton product, it was found that the most favorite product type which they mostly bought was the housing decorative items. The frequency in purchasing products was specified to once in a month with 10,000 baht for the budget spent in each time/month. Their most favorite place to purchase the products in Lumphun province was mentioned to shops or Nong-Ngeuk Weaving Factory where the needed custom-made products were acceptable. In addition, reasons of purchasing the hand-woven cotton products from the mentioned source were also referred to the quality of products, the well selective raw materials, and services. Regards to the selection of sources for purchase, they usually purchased the products from regular shops but they might occasionally compare product's price and its quality to other shops. For the purchasing format, they repeatedly purchased the same products which its qualities were already developed from the shops where they used to purchase the products or purchased the products from the brand new shops. Regarding their opinion towards the market tendency of hand-woven cotton products' popularity, 50% of respondents agreed that its tendency was quite stable, while another 30.8% of them agreed that the popularity of the referred products began to decrease. They also agreed that the hand-woven cotton products should not be mixed with other materials which supposed to bring the sense of different like Recycle Silk, and Hemp.

According to the studying results on the customer's satisfaction towards marketing mix factors of Bualaitong Thai Cotton Limited Partnership, Sang district, Lumphun province, it was found that their satisfaction was rated in satisfied level for the factors namely product, process, price, place, people, and physical evidence, and in fair level of satisfaction for the promotion factor.