

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือลูกค้าที่ซื้อสินค้าของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นลูกค้าองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย และลูกค้าหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย รวม 290 ราย โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ลูกค้าองค์กรเอกชนส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจจดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทจำกัด ส่วนลูกค้าหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp ส่วนใหญ่มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงาน 3-4 เครื่อง ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp ประเภทอิงค์เจ็ท ราคาปริ้นเตอร์ 3,000-6,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ทุกวันเฉลี่ยวันละมากกว่า 4 ชั่วโมง การพิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 21-50 แผ่น เพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน ส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์แบบดรัมหมึกของแท้ (Original) เลือกซื้อเพราะคุณภาพของหมึก มีความถี่ทุก 1-2 เดือน และซื้อจากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด เป็นระยะเวลานานมากกว่า 24 เดือน

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน

ปัญหาของลูกค้าที่พบมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีให้เลือกน้อย ด้านราคา คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก ด้านการจัดจำหน่าย คือ การส่งของล่าช้า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

The objectives of this independent study were to study the customer satisfaction, as well as to explore some problems and suggestions towards the marketing mix of Copytex Co., Ltd., in Mueang Distirct, Chiang Mai province. The study group was 290 company's customers who were divided into 2 groups; 146 customers from the private sectors, and 144 customers from the government sectors. The data collection was conducted through the questionnaire randomly distributed to those groups of customers. Then, the researcher applied the descriptive statistic which consisted of frequency, percentage, and mean to analyze all collecting data. Here were the results of the study.

Most of respondents were 21-30 years old female who held the bachelor level of education. The respondents in private sectors were from the offices where registered as the company limited, while the respondents in government sectors were mostly from the public health organization and worked in the position of general officers/officers. In the office places, they revealed that they had more than 10 computers that were mostly HP brand. Most of them mentioned that in their offices, they had 3-4 HP ink-jet printers. The printer cost around 3,000-6,000 baht. It was revealed that they used those printers more than 4 hours everyday, and spent 21-50 paper sheets a day. The purpose of printing was for general office purposes. Most respondent said that they used the original ink for the printers according to its good quality. The frequency in purchasing ink for printers was every 1-2 months and purchased through telesales channel from the ink company. Most of them had purchased the ink from Copytex Co., Ltd., for more than 24 months.

Based on the results of the study on the satisfaction of customers towards the marketing mix factors, the results were shown as follows. The customers scored at the high level of satisfaction for the following factors; product, distribution channel and promotion in orderly. The highest sub-factors that the customers rated for were presented as follows. In term of product factor, they rated for the return or warranty of product service. In term of distribution channel factor, the customers rated for the telesales service. In term of promotion factor, the customers rated for the politeness and good human relation of the employees. The customers scored at the middle level of satisfaction in term of price factors, the customers rated for the 30 days of credit duration.

The most problems that customers found were stated as follows. In term of product factor, there were very few choices for purchasing. In term of price factor, the company did not allow much opportunity to request for product bargain. In term of distribution channel factor, it was found late transmission of the products. Finally, in term of promotion factor, it was found no sample product for testing.