

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกของ บริษัทจอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัด โดยมีขอบเขตการศึกษาเฉพาะลูกค้าที่ประกอบกิจการประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุอาหารและเครื่องดื่มทั้งที่จำหน่ายในประเทศและส่งออก ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีในด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ระเบียบวิธีการศึกษาการได้มาของข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ เช่น วารสาร รายงานการวิจัย แหล่งข้อมูลทาง ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม ประชากรจำนวน 45 รายซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทจอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัด ณ 11 สิงหาคม 2546 (รายงานยอดขายของบริษัทฯ ตั้งแต่ 2 มกราคม 2546 ถึง 11 สิงหาคม 2546) ทั้งนี้ผู้ศึกษาสามารถทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอน จึงเลือกใช้วิธีการศึกษาโดยการสำมะโนประชากร โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ของบริษัท จอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัด โดยในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และน้อยที่สุด ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยการวัดระดับความสำคัญจะใช้มาตรวัดของ ลิเคิร์ต แบบมาตราอันตรภาคหรือช่วง โดยนำคะแนนมาแบ่งเป็นช่วงเท่าๆ กัน ตั้งแต่ 1-5 คะแนน และการวิเคราะห์รวมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการศึกษาโดยภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากเกือบทุกด้านในส่วนประสมของการตลาดของบริษัทและปัญหาที่ลูกค้าพบมีน้อยมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง รองลงมาเป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ดำเนินกิจการประเภทอาหารแห้งจะสั่งซื้อสินค้าเมื่อสินค้าจวนหมด สำหรับส่วนที่เกี่ยวกับความพึงพอใจพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจโดยภาพรวมระดับมากมีความพึงพอใจต่อคุณภาพ-มาตรฐานสินค้า รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ สำหรับด้านราคามีความพึงพอใจโดยภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อราคาค้นทุนของสินค้าและความคงที่ของราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจโดยภาพรวมระดับปานกลางโดยมีความพึงพอใจต่อความสุภาพของตัวแทนบริษัท สำหรับส่วนที่เกี่ยวกับปัญหาพบว่าลูกค้ามีปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยที่ปัญหาระดับปานกลางได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ส่วนปัญหาระดับน้อยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการได้แจ้งข่าวสารทางไปรษณีย์มีการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น พบว่าสินค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีกว่าบริษัทอื่น ในด้านสาเหตุการเลือกซื้อพบว่าสินค้าของบริษัทคือด้านคุณภาพสินค้ามากที่สุด

The purpose of this research was to study the satisfaction of the customer toward marketing mix factors of Plastic Container of Jomphan Group Co., Ltd. The sampling group was limited to limited 45 business owners who were in the industries of food and beverages. These business owners were purchasing customers of Jomphan Group Co., Ltd. which supplied plastic containers for both domestic and international orders. In this study, the theory of Marketing Mix Factors of product, price, channel and marketing promotion was used.

The data collecting came from primary and secondary sources. Primary source was obtained from questionnaires given to 45 purchasing customers of Jomphan Group Co.,Ltd. on August 11, 2003 (verification of customers according to sales records from Jomphan Group Co.,Ltd. from January 2, 2003 to August 11, 2003). Since the researcher knew the exact number of population, a survey was conducted. The questionnaires were divided into 3 parts : (1) Personal information concerning the customer and the choice of plastic containers purchased. (2) Information concerning the satisfaction of the customer toward marketing mix factors of product, price, channel and marketing promotion of Jomphan Group Co., Ltd, For each question a 5-levels rating scale of most satisfied, very satisfied, satisfied, less satisfied and least satisfied were used. (3) Problems and other suggestions. The secondary source was collected from related documents such as journal, related researches and the internet.

Data analysis consisted of descriptive statistics : frequency, percentage, and means by Likert's Scale.

The result of the study was that most of the customers were females. Both female and male customers were between the ages of 31-40 years old with a bachelor degree. They were the owners of dried food business and made orders when stock was running low or almost empty.

In general, it was found that customers were satisfied in product, price, channel and promotion by arranges. The satisfaction in product and quality was at the high level. The satisfaction in channel was at the medium level when the product was delivered to the right destination. The satisfaction in price was also at the medium level when the cost of the goods sold was consistent. Finally, the satisfaction in marketing promotion was at the medium level when customers were met with polieness of the company representatives.

Concerning problems, it was found that the customers had problems at the medium to low level. The Problem at the medium level was in product and price while the problem in low level was in channel and promotion.

As for receiving information, customers preferred to receive information through mail. Compared to other companies, it was discovered that the products of Jomphan Group Co.,Ltd. had a better image. The main reason that customers placed their orders was on the quality of the products.

In summary, this study showed that the satisfaction of the customers of Jomphan Group Co., Ltd. were at high level in every aspect and had fewer problems.