

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
บริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด

ผู้เขียน นางสาวมัทธณ จีรัฐติพงษ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.โรจนา ธรรมจินดา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
การตลาดบริการของ บริษัท สีสันเอเจนซี่ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 – 39 ปี ตำแหน่ง
ผู้จัดการหรือพนักงานฝ่ายการตลาด ประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่ง รู้จัก
บริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด จากพนักงานของบริษัท สีสัน เอเจนซี่ จำกัด เข้ามาติดต่อ เคยใช้บริการงาน
ป้ายขนาดเล็ก งบประมาณโดยเฉลี่ย 100,001 – 300,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการต่อปี 2- 4 ครั้ง
เคยใช้บริการบริษัทสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รายอื่น เคยใช้บริการ จากบริษัท ดนตรีสีสัน จำกัด
มากที่สุด รองลงมาคือ บริษัท Studio Indeed Creation จะใช้บริการจากบริษัทสีสัน เอเจนซี่ จำกัด ใน
การทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาด อย่างแน่นอน พร้อมจะแนะนำอย่าง
แน่นอน

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความชำนาญของทีมงานในการดำเนินงาน ด้านราคา คือ ราคา
เหมาะสมกับคุณภาพของงาน ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ ด้าน
การส่งเสริมการตลาด คือ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคา หรือการแถมป้าย
ขนาดเล็กเมื่อสั่งทำในปริมาณที่กำหนด ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ
ให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบวงจร อาทิ ห้อง

บันทึกเสียง สตูดิโอสำหรับถ่ายทำ และผลิตรายการเป็นต้น ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีกระบวนการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำสุดในแต่ละด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีบริการหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจและงบประมาณ ด้านราคา คือ เงินมัดจำการดำเนินงานมีสัดส่วนที่เหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการติดต่อทางอีเมล ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาของผ่านสื่อต่างๆที่หลากหลาย เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีบุคลิกความน่าเชื่อถือ อ่อนน้อม ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีขั้นตอนการนำเสนอผลงานในห้องกรอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Season Agency Company Limited
Author	Miss Mussarin Jirattiphong
Degree	Master of Business Administration
Advisor	Lecturer Dr. Rojana Thammajinda

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the customer satisfaction towards services marketing mix of Season Agency Company Limited.

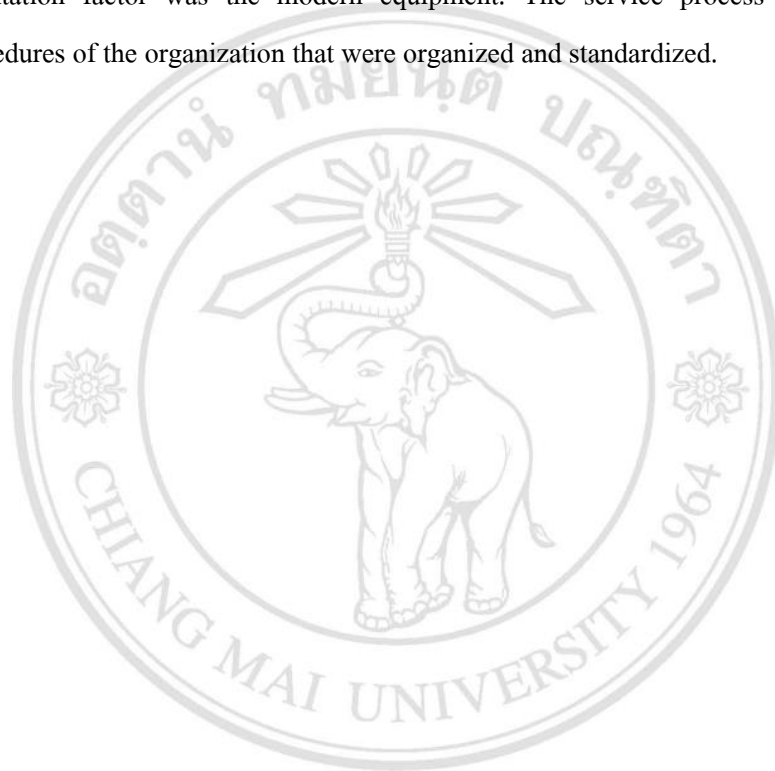
The study revealed that most of the respondents were women, age between 30-39 years, and worked as marketing staff or manager in business regarding furniture and decorating equipment. The respondents knew Season Agency Company Limited from the office staff that used to make contact with. The service that the respondents used was small poster, which was approximately 100,001 – 300,000 Baht. The frequency for using the service was 2-4 times per year. The respondents used to use the service from other companies, but used the service from Season Agency Company Limited the most, followed by Studio Indeed Creation. Moreover, the respondents would definitely use service from Season Agency Company Limited, and suggest to other people.

Sub-factors that the respondents were satisfied the most

The product factor was the working proficiency of staff. The price factor was the price that was suitable to the quality. The distributing factor was the convenience in telephoning. The marketing factor was interesting marketing strategies such as discounting, or giving small poster for free when ordering in the assigned amount. The personal factor was the enthusiastic service. The physical presentation was the complete equipment such as recording room and studio for production. The service process factor was the solving-problem process for customers.

Sub-factors that the respondents were satisfied the least

The product factor was providing various patterns according to customer's needs. The price factor was the suitable portion of earnest money. The distributing factor was the convenience in sending e-mail. The marketing factor was providing advertisement through media such as radio, newspaper, and poster. The personal factor was the personality of staff that was reliable. The physical presentation factor was the modern equipment. The service process factor was the presenting procedures of the organization that were organized and standardized.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved