

บทคัดย่อ

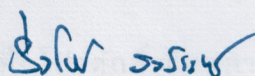
ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : การรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดัคส์
ซัพพลาย จำกัด

โดย : นางสาวชรินรัตน์ นุตประภา

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :



(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)

๑๑

/ ๑๕๓๖

/ ๒๕๖๑

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้การส่งเสริมการตลาดของบริษัท วี.พี. โปรดัคส์ ซัพพลาย จำกัด 2) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดัคส์ ซัพพลาย จำกัด และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นหลังจากมีการส่งเสริมการตลาดของบริษัท วี.พี. โปรดัคส์ ซัพพลาย จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และสถิติไคสแควร์ (Chi - Square)

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประเภทองค์กร คือ ตัวแทนจัดจำหน่าย

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ของการส่งเสริมการตลาดของบริษัท วี.พี. โปรดัคส์ ซัพพลาย จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตลาดทางตรงมีระดับการรับรู้ในระดับมาก และข้อที่มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับ

ปานกลาง ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการขายโดยพนักงาน และด้านโฆษณา

ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านลักษณะกายภาพภายนอก และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การส่งเสริมการตลาดของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด ได้แก่ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

การส่งเสริมการตลาดของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด ด้านการโฆษณา ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการของบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด มีระดับการรับรู้มากที่สุดในด้านบุคลากร ฉะนั้นทางบริษัท วี.พี. โปรดักส์ ซัพพลาย จำกัด จึงควรรักษาคุณภาพในการให้บริการไว้ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ มีการจัดอบรม และทดสอบพนักงานอยู่เป็นประจำ และมีการปรับค่าตอบแทนหรือเงินเดือนให้กับพนักงาน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานที่ดีแก่พนักงานต่อไป

Abstract

Research Title : Perception Quality of V.P. Products Supply Co., Ltd

Researcher : Miss Charinrant Nuteprapa

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor :

Rungroje Songsraboon

(Dr. Rungroje Songsraboon)

22 July 2016

The objectives of the research are to study marketing promotion perceived of V.P. Products Supply Company Limited, to study service quality perceived of V.P. Products Supply Company Limited and to study problems and barriers after doing marketing promotion of V.P. Products Supply Company Limited. The samples used for this study were 400. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. For hypothesis testing was used One-way ANOVA and Chi-square.

The results of the study showed that most respondents were female, hold bachelor's degree and the kind of company was a distributor. In addition, the researcher found that the overall of marketing promotion perceived level of V.P. Products Supply Company Limited was intermediate level. When separate in each aspect: direct marketing has found the level of perception was high level and the level of the decision was intermediate level such as public relations, marketing promotion, personal selling and advertising.

The overall of marketing promotion perceived level of V.P. Products Supply Company Limited was high level. When separate in each aspect found that the level of perception in the five aspects was high such as people, service process, product and service, price and place. The level of perception was intermediate such as physical evidence and marketing promotion.

Hypothesis testing revealed that the marketing promotion of V.P. Products Supply Company Limited included personal selling, public relations, selling promotion and direct marketing were related to service quality perceived of V.P. Products Supply Company Limited at significant level of 0.05. The marketing promotion of V.P. Products Supply Company Limited in the advertisement was not related to service quality perceived of V.P. Products Supply Company Limited at significant level of 0.05.

In addition, the researcher found that the service quality perceived of V.P. Products Supply Company Limited in people was high level so the company should maintain the quality of service consistently, should train and test the staff on a regular basis and the adjustment of the payment and salary to staff in order to create incentives for staff to do a good work.