

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ       | ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม<br>การตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด<br>เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ |
| ผู้เขียน                           | นางสาวอภันชนิจ โนมิตสกุลชัย   |
| ปริญญา                             | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ | รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชสถานติ  |

### บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 365 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 40,000 บาทขึ้นไป ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคล คือ รถกระบะ มีจำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลอยู่ในครอบครัว 3 คัน รู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จากครอบครัวหรือญาติแนะนำ บริการที่ใช้ที่ร้านเฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ คือ เปลี่ยนยาง ความถี่ในการใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ คือ ปีละ 3 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยในแต่ละครั้ง คือ 1,001 - 10,000 บาท ยี่ห้อยางรถยนต์ที่ใช้ คือ Dunlop ประเภทยางรถยนต์ที่ใช้ คือ ยางบรรทุก วันที่นำรถยนต์เข้าใช้บริการ คือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 12.01-17.00 น. สาเหตุที่เลือกใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮงสวัสดิ์ที่ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ คือ มียางให้เลือกหลายยี่ห้อ

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านบุคลากร คือ พนักงานในร้านดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีบริการหลังการขายฟรี เช่น ปลายทางฟรี ตั้งศูนย์ล้อฟรี สลับยางฟรี ฯลฯ ด้านราคา คือ สามารถต่อรองราคาได้ ด้านสถานที่ คือ เปิดให้บริการนอกเวลาราชการ / วันหยุด ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มียางรถยนต์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ คือ จัดแบ่งพื้นที่ให้บริการที่เป็นสัดส่วนสะดวกในการติดต่อ และ ด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการประเมินค่าใช้จ่ายเบื้องต้นก่อนให้บริการ

**Independent Study Title** Customer Satisfaction Toward Services Marketing Mix of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province

**Author** Miss Aphanchanid Kositsakulchai

**Degree** Master of Business Administration

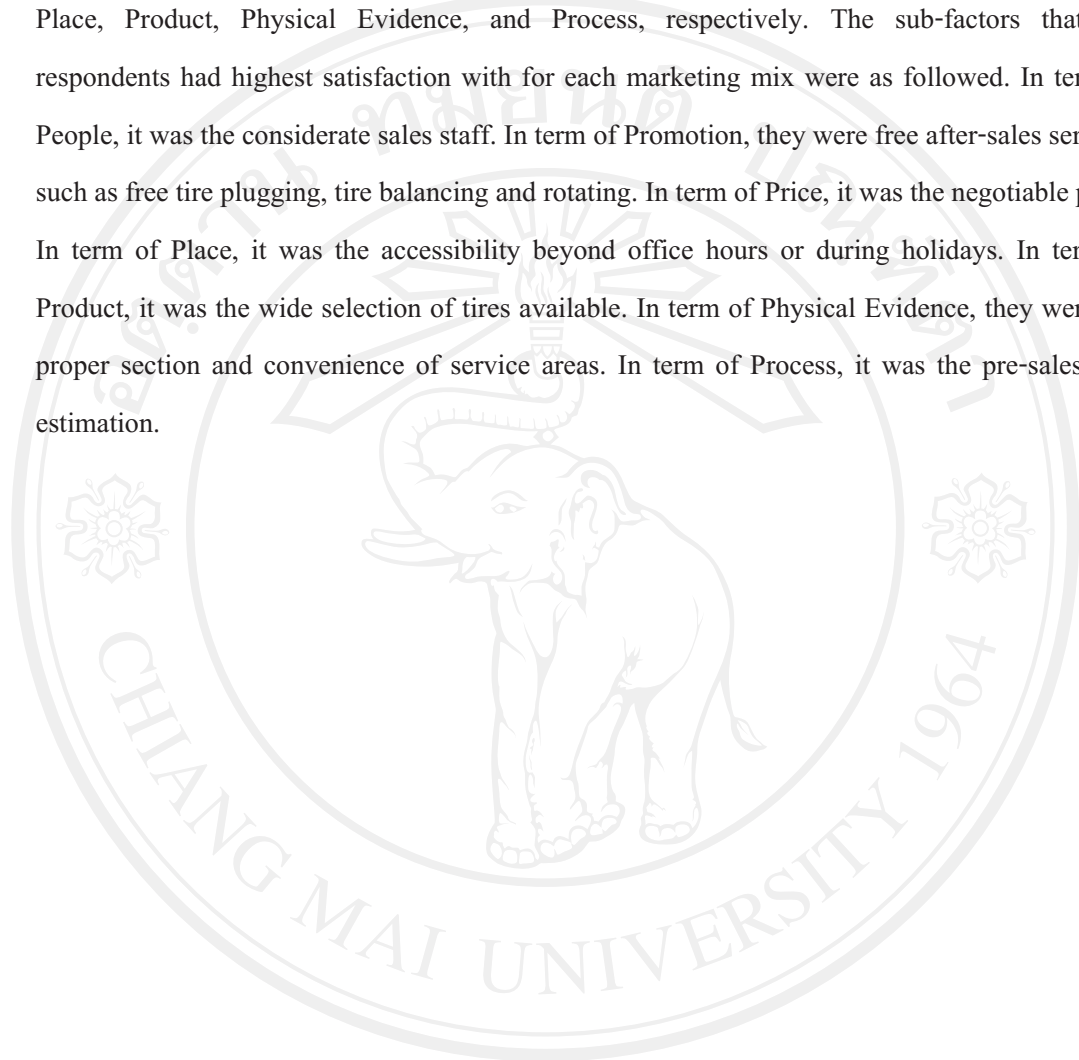
**Independent Study Advisor** Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

### **ABSTRACT**

This independent study aimed at exploring customer satisfaction towards services marketing mix of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 365 customers of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province. The given data were then analyzed by descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were married male, aged between 31-40 years old, graduated with Bachelor's Degree. They were business owner. Their monthly family incomes were over 40,000 baht. Their vehicles were pickup trucks. They owned 3 vehicles. They knew about Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province from their family members or relatives. The service they used at Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province was tire replacement. They used services of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province 3 times a year. Each time they spent between 1,001 - 10,000 baht on the service. The preferred brand of tire was Dunlop. The type of tire they purchased was for light truck. They came to use services of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province on Saturday and Sunday, during noon to 5:00 pm. The main reason they use services of Hengsawat Yangyont Khuang Sing Limited Partnership, Chiang Mai Province was the wide selection of tires available.

According to the study, the marketing mix they had high satisfaction with were People and Promotion, respectively. The marketing mix they had moderate satisfaction with were Price, Place, Product, Physical Evidence, and Process, respectively. The sub-factors that the respondents had highest satisfaction with for each marketing mix were as followed. In term of People, it was the considerate sales staff. In term of Promotion, they were free after-sales services such as free tire plugging, tire balancing and rotating. In term of Price, it was the negotiable price. In term of Place, it was the accessibility beyond office hours or during holidays. In term of Product, it was the wide selection of tires available. In term of Physical Evidence, they were the proper section and convenience of service areas. In term of Process, it was the pre-sales cost estimation.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved