

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้
บริการของลูกค้าบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด

ผู้เขียน

นางสาวสรินทร์ วงศ์ทองแก้ว

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าบริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 272 ตัวอย่าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากโดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก มีสินค้าครบตรงตามความต้องการ มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก มีอะไหล่แท้จำหน่าย มีอะไหล่ทดแทนจำหน่าย มีบริการติดตั้งอะไหล่ให้ลูกค้าคำแนะนำสินค้าจากผู้ขาย คุณภาพของสินค้า การรับประกันคุณภาพสินค้า และความสามารถในการให้ข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ปัญหาที่พบสูงสุด 3 อันดับแรก ปรากฏผลดังนี้ ที่จอตลอดไม่เพียงพอ รองลงมาคือความล่าช้าในการออกบิล และการแจ้งราคาอะไหล่ที่ไม่แน่นอน

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Customers Towards
Using the Services of Dangklonpratu Company Limited

Author Miss Rossarin Wongkongkaew

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The objecting of this independent study was to study service marketing mix factors affecting how customers used services at DaengKlonpratu Co. Ltd. Questionnaire was used in this study to collect data. The data was analyzed using descriptive statistics, namely frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that the questionnaire respondents ranked the following factors at the high level: product, price, process, personnel and place, respectively. Physical presentation and marketing promotion were ranked at the medium level.

The first10 sub-factors the customers raked at the highest level were different brands were offered, customers were able to find all products they needed, the products were available in different price range, genuine parts were available, replacement parts were available, installment service was available, the staff gave information about products, product quality,product guarantee was offered, and staff's ability to give information about products and services.

The 3 most important problems found were not enough car park, slow invoice writing, and inconsistent price quoting.