

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้าปลีก
ของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอรไพลิน ตั้งวรรณธรรม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ นายสุวรรณ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
ประสมการค้าปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม ข้อมูลจากกลุ่มลูกค้า
ที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปซ่อมแซม ตกแต่งบ้านตนเอง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 234 ราย โดยวิธี
เลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกจากผู้ ที่มาใช้บริการ ร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่
รวบรวมมาถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ
ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 31-40 ปี มี
สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีระดับรายได้ของ
ครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านที่สร้างเอง โดยมี
วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าจากร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อซ่อมแซม/ต่อเติมที่อยู่
อาศัย โดยซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์ประปา ก๊อกน้ำ สายยาง มีการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าในแต่ละ
ครั้งเป็นจำนวนเงิน 101 – 500 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าจากร้านโฮมโปร และโกลบอล
เฮาส์

ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์
จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ปัจจัย ตามลำดับดังนี้ คือ

ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี พนักงานขายสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ และพนักงานขายสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีกระบวนการสั่งซื้อง่ายและรวดเร็ว มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า และขั้นตอนการบริการถูกต้องและรวดเร็ว

ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวของสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสามารถหาได้ง่าย ป้ายร้านค้ามองเห็นชัดเจน และมีระยะเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน

ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาสินค้าสามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการสั่งซื้อ ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าเงินสด และระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดพึงพอใจโดยรวมต่อส่วนประสมการค้าปลีก พร้อมทั้งจะกลับมาซื้อสินค้าที่ร้านอีก และจะแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการของร้านเบงก์ฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Retail Mix of Bank Hardware Shop, Chiang Mai Province

Author Miss Onpailin Thangwarathom

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

Abstract

The objective of this independent study was to research the customer's satisfaction towards Retail Mix of Bank Hardware Shop, Chiang Mai Province.

The data was collected by questionnaires from customers who purchased goods in order to repair or decorate home by themselves. The number of samples, 234, were selected by using a convenience samples of people who come to Bank Hardware Shop, Chiang Mai Province. The data was analyzed by using descriptive statistics, frequency, percentage and means.

The results of this study found that the majority of the respondents were male, age between 31-40 years old, married, with undergraduate education. They had their own business. The average family income was between 10,001 to 20,000 baht per month. They are living in the self- built homes.

The purpose of purchasing at Bank Hardware Shop, Chiang Mai Province was to repair and renovate their housing. The types of equipment they purchased were water supply devices, faucet and hoses. The amount of money they spent each time was between 101 to 500 baht. Most of Bank Hardware Shop's customers used to buy good at other home improvement shops such as Home Pro and Global House.

According to customer satisfaction towards retail mix of Bank Hardware Shop, Chiang Mai, the respondents gave an overall average at a high level and all four factors can be sorted, as followed;

Integrated Marketing communication Mix, The sub-factors ranked at the three highest averaged of satisfaction level were sales staff's friendliness, problems solving skill and a proper advice.

Regarding the sub-factors of good and services marketing mix, mix factors of goods and services. The three highest average of satisfaction level were; easy and fast order processing, customers listening as well as accurate and fast service procedures.

Regarding the sub-factors of distribution marketing mix, mix factors distribution of goods. The three highest average of satisfaction level were; easy to reach location, obvious signs of stores, and exact working hours.

Regarding the sub-factors of price marketing mix, mix factors on price. The three highest average of satisfaction level were; flexible price up to order quantity, discount on cash purchases, and the price level varied by quality of products.

All respondents were satisfied with overall retail mix. They are willing to return to shopping at and will recommend friends / acquaintances to become Bank Hardware Shop's customers.