

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการร้านหนังสือสุริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์

ผู้เขียน นายวิลาส ปัญญาวงศ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการร้านหนังสือสุริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านหนังสือสุริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ใช้บริการร้านขายหนังสือเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ครั้ง ไม่กำหนดวันที่แน่นอน ในการใช้บริการ และเวลาที่ชอบมาใช้บริการอยู่ในช่วง 9.00-12.00 น. ใช้เวลาในร้านขายหนังสือนานกว่า 30 นาที จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อหนังสือเมื่อเข้ามาใช้บริการต่อการซื้อ 1 ครั้ง อยู่ในช่วง 201-300 บาท และประเภทของหนังสือที่นิยมเลือกซื้อ คือ หนังสือทั่วไป สำหรับการใช้บริการร้านหนังสือแหล่งอื่นนอกเหนือจากร้านหนังสือสุริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์ คือ ร้านหนังสือดวงกมล

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านสุริวงค์บุ๊คเซ็นเตอร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ หนังสือที่จำหน่ายแลดูใหม่ ไม่สกปรก หน้าปกหนังสือไม่ยับหรือขาด รองลงมาคือร้านหนังสือมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป และมีหนังสือของสำนักพิมพ์ที่มีชื่อเสียงไว้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ รองลงมามีหนังสือหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ และมีการติดป้ายราคาชัดเจน และการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของร้านสามารถไปมาได้สะดวกและ บรรยากาศในร้าน หนังสือสุริวงค์บุ๊กเซ็นเตอร์ รองลงมาสถานที่จอดรถมีความสะดวกสบายและความพอเพียงของพื้นที่จอดรถและมีการจัดวางผังร้านให้สามารถสะดวกแก่การเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีการลดราคาหนังสือตามเทศกาลต่างๆ รองลงมาคือมีการลดราคาเมื่อซื้อสินค้าถึงระดับราคาที่กำหนด และมีบริการห่อปกหนังสือที่ซื้อโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร และมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รองลงมาพนักงานมีความสามารถในการตอบคำถามที่ทันต้องการทราบ และพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการลูกค้า และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ร้านหนังสือมีความสะอาด รองลงมาคือ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศสร้างบรรยากาศในร้านเย็นสบาย และความสะอาดบริเวณรอบอาคารสำนักงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ซื้อสามารถเปิดอ่านหนังสือก่อน ตัดสินใจซื้อได้ รองลงมามีระบบการชำระเงินที่ทันสมัย สะดวก และมีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Suriwong Book Center

Author Mr. Wilas Panyawong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards service marketing mix factors of Suriwong Book Center. Data collection was complied by 400 customers; then, the descriptive statistics in which frequencies, percentages, and means were included was applied in order to analyze all given data.

Based upon the findings, most respondents were female aged between 15 – 30 years old. They were mostly students who were studying in high school/Bachelor's degree with less than 5,000 THB as monthly allowance. Their frequency in visiting the mentioned book store was found at 2 -3 times per month in average. They did not have exact day to visit the bookstore, but the most preferable time to visit was specified to 9.00 – 12.00 hrs. They would take more than 30 minutes and spend 201 – 300 THB in each time of their visit and favorite type of book that they purchased was found in general book category. Beside Suriwong Book Center, Duangkamol Book Center was referred as another bookstore where they went to.

In regard to the results of study on service marketing mix factor of Suriwong Book Center, the respondents were highly satisfied with factors namely Physical evidence, People, Price, Place, Product, Process and Promotion, respectively.

In Product factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; selling new and clean books without any rumple or

laceration, having good reputation and being well known among large group of people and selling books published by distinguished publishers.

In Price factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; being able to pay by credit card, having varied prices of book, together with having clear price tag and offering special discount for members.

In Place factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; being located in the convenient location and having good atmosphere in the bookstore, having convenient and sufficient parking lots and well arranging books to facilitate customers to find the books.

In Promotion factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; offering discount promotion in each festival, giving the discount made on the purchase price set and having free book cover wrapping service.

In People factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; being polite, friendly and honest to customers, being able to provide proper answers to any inquiry, as well as ,being ready to serve customer and being eager to offer services to customers.

In Physical evidence factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; the cleanliness found in the store, the comfort and cool atmosphere from air conditioning, and the cleanliness found around the building.

In Process factor, the first three sub-factors that the respondents were highly satisfied with were shown as follows; allowing customers to read the book before making a purchase, having modern and convenient payment system and being able to pay by credit card.