

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด

ผู้เขียน

นางสาวรุ่งฉัตร รศมีโกเมน

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. เจมกร ไชยประสิทธิ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้า จำนวน 205 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี ตำแหน่งในกิจการเป็นผู้จัดการทั่วไป ลักษณะของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวนพนักงานของกิจการ 31 - 40 คน มียอดขายเฉลี่ยของกิจการต่อเดือนมากกว่า 3,000,000 บาท บริการที่ใช้คือ ซ่อมบำรุงรถฟอร์คลิฟท์ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าคือ 1 – 2 ปี

ผลการศึกษาความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในแต่ละด้านดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรก คือ บริการซ่อมบำรุงรถฟอร์คลิฟท์ รองลงมา มีการให้บริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ การแสดงราคาชัดเจน รองลงมาราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัท หรือร้านจำหน่ายอื่นๆ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ การสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ รองลงมา ช่องทางการติดต่อฝ่ายขายและฝ่ายบริการ ง่าย และสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า รองลงมา การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ต่างๆเช่นหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน รองลงมา ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งหรือประเมินค่าซ่อมก่อนล่วงหน้า รองลงมา ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ เครื่องมือ/อุปกรณ์ สำนักงาน หรือ อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ มีความทันสมัย รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix Factors
of Ch.Rasamee Supply Company Limited

Author Miss Rungchat Rasameekamen

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Kemakorn Chaiprasit

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating customer satisfaction towards service marketing mix factors of Ch. Rasamee Supply Company Limited, of which 205 customers were identified as the research samples. Questionnaires were used as the research tool to collect data; then, all data derived were analyzed by the descriptive statistic, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings presented that the subjects were male, in the ages of 31 – 40 years old, holding the position of General Manager for the business registering as Company Limited. Their companies had been operated for over 10 years, employing 31 – 40 employees and earning average monthly selling points at more than 3,000,000 baht. Those subjects took the Forklift Repair service from the studied company and had been its customers for 1-2 years.

The results of the study on customer satisfaction revealed that those customers respectively ranked their satisfaction at high level to product and people factors; and at moderate level to process, physical evidence, place and price factors.

Hereafter were shown sub-factors that the customers satisfied with the most.

In product factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were Forklift repairing service; followed by after-sell service.

In price factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were clear list of service rates; followed by its cheap price comparing to other places.

In place factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were service inquiries and orders by phone; followed by easy and convenient channels to contact with Purchasing and Service Departments.

In promotion factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were service discount; followed by advertisements on publications such as newspapers, brochure and magazines.

In people factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were human relations and courtesy of staff; followed by manners and politeness of staff.

In process factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were notification or estimation of the repairing charges in advance; followed by accuracy of financial documents such as receipts and tax invoices.

In physical evidence factor, the top two sub-factors that they satisfied with the most were the use of modern office stationeries or decorative items; followed by convenient and sufficient parking space.