

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค
ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวนัชฐา ตันติวานิชย์พงศ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ ประธานกรรมการ
อาจารย์ ศรัญญา กันตะบุตร กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 11 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 318 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท เป็นลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อปี 10 – 15 ครั้ง และมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความหลากหลายของตราयीหือสินค้าที่จัดจำหน่าย

ด้านราคา ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยในเรื่องราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน

ด้านบุคคลหรือพนักงาน ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความกว้างขวางและความสะดวกของสถานที่จอดรถ

ด้านกระบวนการ ลูกค้ำมีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

Independent Study Title	Customer's Satisfaction Towards the Services of DTAC Shops in Chiang Mai Province
Author	Ms. Kanittha Tantiwanitpong
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor Dr. Nittaya Jariangprasert Chairperson Lecturer Saranya Kantabutra Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study customer's satisfaction towards the services of DTAC Shops in Chiang Mai Province. The data for this study was collected by questionnaires survey method to customers who used the services of DTAC Shops in Chiang Mai Province with 318 samples of 11 branches. The data was analyzed by descriptive statistics using frequency, percentage and mean.

The results indicated that most of customers were female, age between 20 – 30 years old, worked as organizational/shop employees, graduated bachelor degree, income 5,000 – 10,000 baht/month, using Dprompt/Happy Dprompt promotions, frequency 10 – 15 times/year and the purpose was to pay mobile phone billing.

The service marketing mix factor affecting the customer's satisfaction could be concluded as follows:

Product and service aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers

had their satisfactions in the high level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the medium level on the variety of brands.

Price aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the high level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the medium level on selling price of product and service.

Place aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the medium level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the high level on location and convenience to access.

Promotion aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the medium level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the high level on product and service brochures in shops.

People aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the high level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the medium level on quickly service of employees and enough number of employees.

Physical evidence and presentation aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the high level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the medium level on the convenience of car parking.

Process aspect: customer had their expectations in the high level for all factors toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province and most of the customers had their satisfactions in the high level toward the services of DTAC shops in Chiang Mai Province. However, they had their satisfactions in the medium level on quickly process of service.