

ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางตลาดบริการของธุรกิจจำหน่าย
รถจักรยานยนต์ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดอ็องมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย นายขวัญชัย หิมพะสาดี **ปริญญา** บช.ม. (สาขาบริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2552

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการให้บริการ ปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการแก้ไขปัญหา ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดอ็องมอเตอร์ มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มี ความต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ ตลอดจน แนวทางการพัฒนาการตลาด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของของห้างหุ้นส่วน จำกัดอ็องมอเตอร์ มหาสารคาม จำนวน 300 คน และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าแจกแจงที (t -test) และ F-test (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 35 ปี การศึกษาอยู่ใน ระดับมัธยมปลาย/ ปวช. รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท สถานภาพสมรส โสด อาชีพ เจ้าของกิจการ/เกษตรกร และอาชีพอื่นๆ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง การตลาด โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก สรุปผลเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านสินค้าและ บริการ คือ มีอุปกรณ์และชิ้นส่วนเพียงพอและทันต่อความต้องการ ด้านราคา คือ การกำหนด วงเงินคาวนมีให้เลือกหลายระดับราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่ คือ ป้ายชื่อ ร้านโดดเด่น มองเห็นชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ สม่ำเสมอ (วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือ โฆษณากลางแจ้ง หรือแผ่นพับ) ด้านการส่งเสริม คือ การ

ให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ ด้านบุคคลหรือพนักงาน คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ การจัดตกแต่งภายใน เป็นระเบียบสวยงาม เหมาะสม ลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคา แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีอายุ ต่ำกว่า 26 ปี มีความพึงพอใจ สูงกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 36-45 ปี ลูกค้ำที่มีอายุ 26-35 ปี มีความพึงพอใจสูงกว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีอายุ ต่ำกว่า 26 ปี มีความพึงพอใจ สูงกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 36-45 ปี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการ แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี หรือสูงกว่า มีความพึงพอใจสูงกว่า ระดับการศึกษา ประถมศึกษา-มัธยมต้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่ ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา-มัธยมต้น มีความพึงพอใจสูงกว่า ระดับระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. และลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา มัธยมปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจสูงกว่าระดับระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. และด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา มัธยมปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจ สูงกว่า ระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า รายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือสถานที่ แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจ สูงกว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรส โสด มีความพึงพอใจ สูงกว่า สถานภาพแต่งงานอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน โดยลูกค้ำที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจ สูงกว่า พนักงานบริษัทเอกชน และลูกค้ำที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/เกษตรกร อื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อ สูงกว่า พนักงานบริษัทเอกชน

แนวทางการควรมีการโยกย้ายสินค้าทุกสาขาที่ลูกค้ำต้องการ มีการติดตามหากลูกค้ำค้างชำระนาน ไม่ยึดคราดหากไม่จำเป็น อบรมเจ้าหน้าที่ที่สินเชื่อและพนักงานขายให้มีความรู้ในการวิเคราะห์สินเชื่อ รับผิดชอบต่อลูกค้า รับประกันการซ่อม รับฟังความคิดเห็นของลูกค้ำปรับปรุงการทำงาน รับประกันการบริการ เน้นการลดต้นทุน ลดขั้นตอนให้ต่ำกว่าคู่แข่ง มีการประเมินสาขา พนักงานเป็นประจำ ควรมีการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ควรมีเพิ่มการสาธิต มีการทดลองขับ สร้างรูปแบบ และระบบการต้อนรับ การขาย มีการอบรม และการวัดผลอย่างต่อเนื่อง ควรวาง Location ตามฤดูกาล จัดวางให้ เป็นที่สนใจ ดึงดูดใจลูกค้ำปรับปรุงให้เข้ากับสภาพความเป็นจริงในเรื่องการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อพัฒนากิจการต่อไป ตกแต่งโชว์รูมให้เป็นมาตรฐาน

Title : Customer satisfaction with the mix of marketing services business will sell
Motorcycle case study E Hong Motor LTD. Mahasarakham Muang Mahasarakham
province Researcher

Author : Khuanchai Pimpasalee **Degree :** MB.A. (Master of Business Administration)

Advisor : Assoc. Prof. Dr. Wongpattana Sriprasert

Rajabhat Mahasarakham University, 2009

Abstract

This independent research study aims to study the map of the service problems and ways to resolve obstacles. Levels of customer satisfaction to the customer mix Marketing of e-tail partners Ltd. E Hong Motor Mahasarakham Muang Mahasarakham province A difference in sex, age, class, education, income, marital status and occupation Approach to market development as well as motorcycles E Hong Motor LTD. Mahasarakham Muang Mahasarakham province. Sample in this study. is a client of the E Hong Motor LTD. Mahasarakham From the opening of the brand Krejcie and Morgan (1970: 608) And the convenience sampling technique (Convenience Sampling) Tool is used in the study. Resort offers a question and interviews and statistics to analyze data. Percentage values are the average standard deviation value digest (t-test) and F-test (One-way ANOVA) The test compares the pair way LSD(Least Significant Difference) using a confidence set at 0.05

Study found that most customers are women age 26 to 35 years Education levels hi school and Vocational The average annual income lower than 5,000 bat month status Married single employment Owner / agriculture. The marketing mix of business sold motorcycles E Hong Motor LTD. Mahasarakham Customer satisfaction and overall more than the level in all areas The older customer. Education, income, marital and professional image of dart different. Have comments about customer satisfaction with the marketing mix motorcycles Business Partners E Hong Motor Mahasarakham Different statistically significant level. 0.05

The results of that portion of the development of market approach Management, marketing problems encountered obstacles in the way that the editing of goods and services. Should be rocking all the products customers want f customers are tracking outstanding long Trying to understand. If the car is not seized, and needless Loan sales and training staff to be knowledgeable in the beating Noah Willis Loan The price should be the guarantee of repair. Been listening to our customers with the adjustment of the operation of city offices ensure continued good service. Emphasis on cost reduction in system cost reduction steps to reduce competition and lower pipelines. Should be to check the product version of the color distribution on the size of branches With distance to nearest. Sell a center or a DC hub to reduce the distance and time issues in the areas of transportation employees are evaluated regularly. And promoting market Should be particularly penetrating target group is teenagers selected intermediate promotion buy 1 add 1 focuses on the promotion of marketing activities. The focus is to sell the dam core processing services should add a demo Explanation-one. Community as a trial drive. Games are a model system, and sales have been at training and ongoing measurement. The person or people. I want to be competitive. Target Sales To cultivate loyalty points in a love love the sales function is responsible for placing people with abilities. Experience or standard. Bestowing the right of the structure. Education staff regularly. Awards to employees who do outstanding work. Should place the physical Location seasonal place to attract customers who are interested to improve the environment in a real competitive business. To development activities. Furnished to a showroom standard.