

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้เขียน นายชาญวิทย์ ตันนวิจิตร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชชานติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
การตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด การศึกษารั้งนี้ใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์
โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากโดยเรียง
ตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ
ให้บริการ ด้านราคา และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกต่อปัจจัยย่อยส่วนการตลาด ปรากฏผล
ดังนี้ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทอร์น TRANE” รองลงมาคือระยะเวลาการรับประกันตัว
ผลิตภัณฑ์นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น พร้อมทั้ง
ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และ กระบวนการ
ทำงานอย่างเป็นระบบโดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลัง
ติดตั้ง (เท่ากัน) ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”

ความพึงพอใจต่ำสุด 3 อันดับสุดท้ายต่อปัจจัยย่อยส่วนการตลาด
ปรากฏผลดังนี้ การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือน โดยผ่านสื่อ
โทรศัพท์ E-mail เป็นต้น รองลงมาคือ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ และการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น

ปัญหาที่พบสูงสุด 3 อันดับแรก ปรากฏผลดังนี้ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกน้อย รองลงมา
คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง และพนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้

Independent Study Title Customers Satisfaction Towards Services Marketing Mix of
Jiang and Sons (Thailand) Company Limited

Author Mr. Charnwit Tanunvichitra

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study customers satisfaction towards services marketing mix of Jiang and Sons (Thailand) Company Limited.

In this study, questionnaires were used to collect data from customers in Mueang Chiang Mai District. There were 150 samples. The data were analyzed by using descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

The results showed that customers were satisfied at high level with service marketing mix of the company. High satisfaction were for people, product, place, process, price and physical evidence, respectively. However, customers were satisfied at medium level with promotion.

The top three satisfactions were with “Trane” brand, secondly, product warrantee, for examples, 1-year warrantee for any part of air conditioner and 5-year warrantee for the compressor, and the correct billing documents, as well as systematic documentation procedure and finally, the reputation of “Jiang and Son”.

The bottom three satisfactions were with communication with customers, for examples, monthly sales promotion via telephone and email, secondly, radio advertising and finally, printed media.

The top three problems found were varieties of products, high price, and punctuality of staffs, respectively.