

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด บริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด
ผู้เขียน	นายภคพล แซ่दै
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการที่บริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด จำนวน 352 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยสะดวก นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รู้จักบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด ผ่านทางเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ เคยใช้บริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด 2-5 ครั้ง ส่วนใหญ่บริการที่เคยใช้คือ ซ่อมหัวฉีดดีเซล นำรถยนต์เข้ารับบริการที่บริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด ในช่วงระหว่างวันจันทร์-วันศุกร์ เลือกใช้บริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด เนื่องจากช่างมีความชำนาญเฉพาะทาง มีค่าใช้จ่ายในการซ่อมระหว่าง 5,001-10,000 บาท

ผลการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเชียงใหม่ดีเซล จำกัด ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา ตามลำดับ ความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีชื่อเสียงในด้านการ

ซ่อมปั๊ม-หัวฉีดดีเซล เทอร์โบมาเป็นเวลานาน ด้านราคา คือ การคิดราคาถูกต้อง ตรงไปตรงมา ด้านช่องทางกรให้บริการ คือ ทำเลที่ตั้งหาง่าย เดินทางมารับบริการสะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด คือ ป้ายโฆษณาหน้าบริษัท ระบุงานให้บริการชัดเจน ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการซ่อมปั๊ม-หัวฉีดดีเซล เทอร์โบ เป็นอย่างดี ด้านกระบวนการ คือ เลือกใช้เครื่องมือซ่อมได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ บริษัทใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ในการซ่อมที่มีเทคโนโลยีทันสมัย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Chiang Mai Diesel Company Limited
Author	Mr. Pakapol Saetae
Degree	Master of Business Administration
Advisor	Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring customer satisfaction towards service marketing mix of Chiang Mai Diesel Company Limited. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 352 customers of Chiang Mai Diesel Company Limited. The given data were then analyzed by applying descriptive statistics composing of frequency distribution, percentage measurement, and mean calculation.

Based upon the findings, majority of participants were married males aging between 31 - 40 years old with qualifications below Bachelor's degree. Such participants were business owners with monthly income of 10,000 – 20,000 baht. Participants are aware about Chiang Mai Diesel Company Limited from friends or colleagues. The frequency of service usage were 2-5 times. The service obtained from Chiang Mai Diesel Company Limited was Diesel Injector repair. Participants obtained such service at Chiang Mai Diesel Company Limited during weekdays (Monday – Friday). Participants spent approximately 5,000 – 10,000 Baht on each visit. The main reason participants chose Chiang Mai Diesel Company Limited was the specialized skill in workmanship.

According to the study, the service marketing mix factors, which customers obtained high satisfaction were process, place, people, product, physical evidence, and price respectively. The service marketing mix factor, which customers obtained medium satisfaction with was promotion. The sub-factors that were ranked at the highest ranking for each service marketing mix were as followed. In terms of product, the reputation in repairing diesel injection pump, injector and turbocharger ranked the highest. In terms of price, accurate appraisalment ranked the highest. In

terms of place, distribution channel convenience ranked the highest. In terms of promotion, detailed service description billboard ranked the highest. In terms of people, mechanics' knowledge and skills ranked the highest. In terms of process, the use appropriate equipment ranked the highest. In terms of physical evidence, high technology machinery and equipment ranked the highest.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved