

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท แดงกลอนประตู่ จำกัด สาขาถนนระแงง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าทั้งสิ้น 253 ราย เก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็น ร้อยละ 81.42 มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.18 มีปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.32 มีสถานภาพสมรส จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 54.94 มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 77 คิดเป็นร้อยละ 30.43 มีอาชีพผู้ประกอบการ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.39 ครอบครองรถยนต์ประเภทรถยนต์นั่ง (รถเก๋ง) จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 53.36 ใช้บริการที่บริษัทแดงกลอนประตู่ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 เคยซื้ออะไหล่รถยนต์ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 68.38

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท แดงกลอนประตู่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมา ได้แก่ มีอะไหล่ทดแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 บริการติดตั้งอะไหล่ให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การแจ้งราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมา ได้แก่ คุณภาพสินค้าเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมา ได้แก่ การให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับอะไหล่รถยนต์และกิจกรรมเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานมีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ได้แก่ พนักงานรับฟังความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และพนักงานให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เวลาเปิดและปิดเหมาะสมต่อการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ได้แก่ ให้การต้อนรับและปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และความสามารถในการให้ข้อมูล คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 รองลงมา ได้แก่ มีห้องรับรองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และบรรยากาศการตกแต่งสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจในระดับมาก จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 56.13 จะบอกต่อหรือชักชวนให้คนรู้จักมาใช้บริการ ที่บริษัทแดงกลอนประตู่ จำกัด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 91.70 และให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงที่จอดรถให้สะดวกและมากขึ้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 32.26

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทแดงกลอนประตู่ จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทแดงกลอนประตู่ จำแนกตามอายุ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การรับประกันคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 คุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีอะไหล่ทดแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีอะไหล่ทดแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และบริการติดตั้งอะไหล่ให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การรับประกันคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และมีอะไหล่ทดแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในองค์กรที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก และบริการติดตั้งอะไหล่ให้ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีอะไหล่แท้จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 คุณภาพสินค้าเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และคุณภาพสินค้าเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การแจ้งราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 คุณภาพสินค้าเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในองค์กรที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพสินค้าเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 การแจ้งราคาก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และการจัดส่งสินค้าตามชนิดและจำนวนที่กำหนดอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และการจัดส่งสินค้าตามชนิดและจำนวนที่กำหนดอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในองค์กรที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความสะดวกในการมาใช้บริการ และการจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบ พร้อมทั้งสถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และการจัดส่งสินค้าตามชนิดและจำนวนที่กำหนดอย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และการโฆษณาโดยป้ายคัทเอ้าท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.21 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 การให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับอะไหล่รถยนต์และกิจกรรมเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

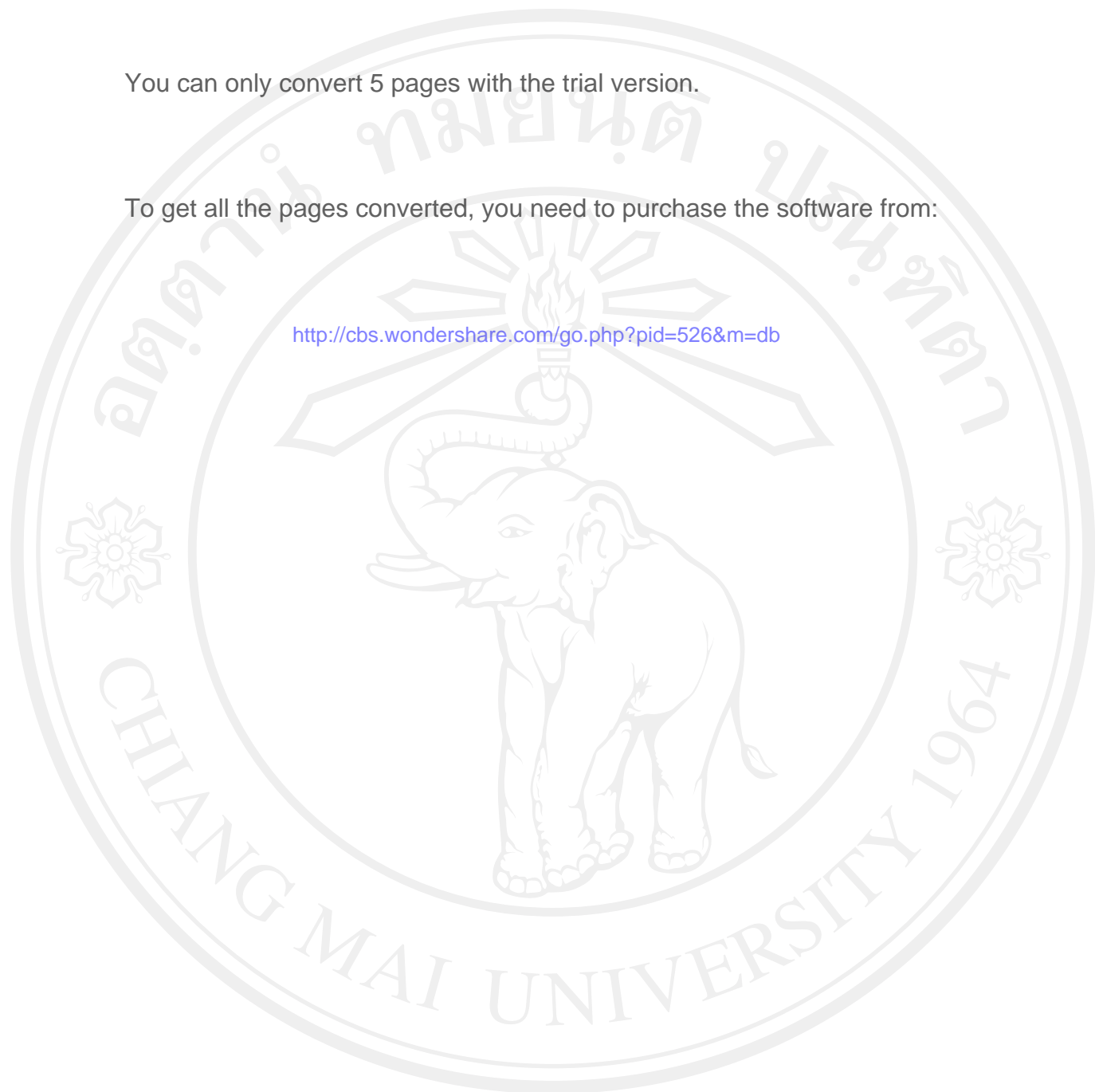
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ/อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 การโฆษณาโดยป้ายคัทเอ้าท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับอะไหล่รถยนต์และกิจกรรมเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

Thank you for evaluating Wondershare PDF Password Remover.

You can only convert 5 pages with the trial version.

To get all the pages converted, you need to purchase the software from:

<http://cbs.wondershare.com/go.php?pid=526&m=db>



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved