

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางอารีรัตน์ พงษ์บุปผา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชुकานติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ
ของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัด
เชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นลูกค้าที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
ในปี พ.ศ. 2546 ที่เลือกซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู เป็นเงินผ่อนจนถึงวันที่ 21
ตุลาคม พ.ศ. 2546 จำนวนตัวอย่าง 150 รายโดยสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า จำแนกตามสัดส่วนประเภท
สินค้า 3 หมวด คือ หมวดยานพาหนะ หมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า และหมวดอื่นๆ เครื่องมือที่ใช้เป็น
แบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้
ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง
20 – 29 ปี สถานภาพสมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย
หรือเป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้ระหว่าง 3,000 – 6,000 บาท ต่อเดือน สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่ เป็น
เครื่องรับโทรทัศน์สี ซื้อสินค้าโดยเลือกเงื่อนไขระยะ 12 เดือน/18 เดือน สิ่งที่ทำให้ลูกค้า รู้จักห้าง
หุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู คือ รดโฆษณาจากร้าน การเลือกใช้บริการแต่ละครั้งลูกค้าตัดสินใจใน
การเลือกใช้บริการด้วยตนเอง เหตุผลในการเลือกใช้บริการ เพราะร้านอยู่ใกล้บ้าน

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วน
จำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ทุกปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาด โดยให้ความพึงพอใจด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก รองลงมา เป็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ ความพึงพอใจในรุ่นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับถูกต้องตามคำสั่งซื้อ รองลงมา พึงพอใจความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ และพึงพอใจผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายยี่ห้อ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ ราคาตรงตามที่โฆษณา รองลงมา พึงพอใจเงื่อนไขการซื้อเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ก่อนทำสัญญา และพึงพอใจวิธีการชำระเงิน ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้านหาง่าย รองลงมา พึงพอใจที่ใกล้บ้านหรือเป็นทางผ่านประจำ และพึงพอใจช่วงเวลาให้บริการช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ มูลค่าและความเหมาะสมของสมนาคุณที่ได้รับ รองลงมา พึงพอใจ การร่วมเป็นผู้สนับสนุนในงานการกุศล เช่น งานวันเด็กแห่งชาติ งานกีฬาแม่บ้าน เป็นต้น และพึงพอใจคุณภาพของสมนาคุณที่ได้รับ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด สามอันดับแรก ได้แก่ การทักทาย การต้อนรับและความสุภาพของพนักงาน รองลงมา พึงพอใจพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองลูกค้า และพึงพอใจมารยาทของพนักงานต้อนรับ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ การที่เจ้าของร้านให้การบริการด้วยตนเอง รองลงมา พึงพอใจชื่อเสียงของร้าน ความสะอาดในการแต่งกายของพนักงาน รวมถึงความถูกต้องของเอกสารที่ส่งมอบให้ลูกค้า และพึงพอใจคุณภาพการให้บริการตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมาก สามอันดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า รองลงมา พึงพอใจ การบริการเป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลง และพึงพอใจความสวยงาม ความเรียบร้อยปลอดภัยในการติดตั้ง ตามลำดับ

สภาพปัญหาของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู ที่พบมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ระยะเวลาในการส่งสินค้าชอมนาน ราคาไม่ตรงตามที่โฆษณา และสินค้ารุ่นแบบที่ต้องการไม่มีโชว์ในร้าน ตามลำดับ

Independent Study Title	Customers Satisfaction Towards Installment Payment Services of Chanchomphu Partnership Limited, Fang District, Chiang Mai Province
Author	Mrs. Arirat Phongbuppha
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Sirikiat Ratchusanti

ABSTRACT

Independent study titled “Customers Satisfaction Towards Installment Payment Services of Chanchomphu Partnership limited, Fang District, Chiang Mai Province” was to study the satisfaction of customers Towards Installment Payment Services of Chanchomphu Partnership limited, Fang District, Chiang Mai Province. Population studies were customers living at Fang District, Chiang Mai Province in 2003 who purchased goods from Chanchomphu Partnership Limited. on credit up to 21 October 2003. One hundred and fifty samples were selected by quota sampling according to the ratio of 3 sections of goods, namely vehicles, electricity and other. Tool of research was questionnaires. Data were analysed by statistical techniques such as frequency, percentage and mean.

From research findings, it was found that the respondents were more female than male, aged between 20-29 years old, married, finished primary education being traders or entrepreneur with monthly income 3,000-6,000 Bath per month. Most goods purchased were color television with 12/18 months duration. Media used to make the customers known was advertisement car, the customers usually made their decision to purchase goods by themselves. The reason for choose the service was the shop was nearly.

From the study of customer's satisfaction, it was found that customer's satisfaction was at maximum level in every marketing mix while the highest rank in people. The rest were place, physical evidence, product, price, process and sale promotion factors, respectively.

Product factor with highest satisfaction of the 3 first ranks were the right product pattern was in accordance with the order made. The rest were the perfection of product received and the variety of products to choose, respectively.

Price factor with highest satisfaction of the 3 first ranks were the price was the same as advertisement. The rest were the conditions that right according to the contract and the payment method, respectively.

Place factor with highest satisfaction of the 3 first ranks were the shop was easily located. The rest were the vicinity and the service hour was convenient to contact, respectively.

Promotion factor with highest satisfaction of the 3 first ranks were the value and appropriate of the gifts received. The rest were the participation in supporting charity, e.g. national children's day, housewife sport's day, ect. and the satisfaction on the quality of gifts received, respectively.

People factor with highest satisfaction of the 3 first ranks were the reception, greeting and politeness of personnel. The rest were the reputation of service, the rapidity of service and the etiquette of the receptionists, respectively.

Physical Evidence factors with highest satisfaction of 3 first ranks were the shop owner served by themselves. The rest were the reputation of the shop the cleanliness of dress of personnel as well as the right documents delivered to customers and the quality of service respectively.

Process factor with highest satisfaction of the 3 first ranks was the rapidity of goods delivery. The rest were the service was at the conditions made, the perfection and safety of installation, respectively.

The problems facing by customers and mostly founded of the 3 first ranks were the lengthy duration of the repaired goods delivery, price was not right according to advertisement and the product pattern needed was not displayed in the shop, respectively.