

บทคัดย่อ

บธ.851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดและบริการซ่อมหลังการขายสินค้า ของบริษัท อาร์เอ็มเอโอโตเมชั่นจำกัด จังหวัดน่าน
ผู้จัดทำ	: จิรัชัย โรจนสุขุมิตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผศ.เอนก ชิตเกษร
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2550
จำนวนหน้า	: 71 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดและบริการซ่อมหลังการขายสินค้า ของบริษัท อาร์เอ็มเอโอโตเมชั่นจำกัด จังหวัดน่าน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดและบริการซ่อมหลังการขายสินค้า รวมถึงศึกษาปัญหาในการใช้บริการของลูกค้า ทางด้านปัจจัยทางการตลาดและบริการซ่อมหลังการขายสินค้า ของ บริษัท อาร์เอ็มเอโอโตเมชั่น จำกัด มีรูปแบบอธิบายการศึกษาในเชิงพรรณนา (Descriptive) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นลูกค้าของบริษัท ที่มาใช้บริการกับทางบริษัทนำมาสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และANOVA ใช้เวลาในการศึกษา 7 เดือน เมื่อ มีนาคม – กันยายน 2550

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้ในช่วง 15,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ ให้เหตุผลในการซื้อเพื่อไปใช้เอง โดยที่รู้จักแผนกคอมพิวเตอร์ของบริษัทจากการที่เคยซื้อสินค้าในแผนกอื่นมาก่อน มีความถี่ในการมาใช้บริการกับทางบริษัท น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ชนิดของสินค้าคอมพิวเตอร์ที่เคยซื้อไปแล้วส่วนใหญ่เป็น คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ และถ้าหากมีโอกาสในการซื้อครั้งต่อไปจะกลับมาซื้ออีกกับทางบริษัทอีกแน่นอน สำหรับปัจจัยการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์

ในส่วนของความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจในระดับมาก ต่อปัจจัย การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการซ่อมหลังการขาย ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร ปัจจัย ทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย และให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อปัจจัย การตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ปัจจัยทางการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จากมากไปหาน้อยตามลำดับ

ส่วนปัญหาที่พบจากการมาใช้บริการกับทางบริษัทพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านบริการ ซ่อมหลังการขาย ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าของทางบริษัท จากมากไปหาน้อย ตามลำดับ โดยปัญหาย่อยที่กลุ่มตัวอย่างพบมากที่สุดได้แก่ ปัญหาไม่สามารถติดต่อช่างคอมพิวเตอร์ในยาม เร่งด่วนได้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน กระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และ ด้านบริการซ่อมหลังการขายสินค้า ที่ไม่ต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ทางการตลาดด้านราคา และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05