

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการ โดยจากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ของกลุ่มลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36 - 45 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ลักษณะของกิจการเป็นกิจการที่มีเจ้าของคนเดียว ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจสิ่งทอมากกว่า 10 ปี รายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,000-150,000 บาท ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายที่ซื้อครั้งล่าสุด คือ เส้นด้ายเบอร์ 3 สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ เดือนละ 3-4 ครั้ง สาเหตุที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ คือ คุณภาพของเส้นด้าย

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอปปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสันทรงตามความต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ การมีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่สุดเวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และ การมีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทที่มีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานของบริษัทที่ให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ การมีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ การผลิตสินค้าที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมา คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นั่งรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และความสะดวกของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์สปริง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

**ด้านผลิตภัณฑ์** ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ สีของเส้นด้ายที่มีให้เลือกไม่มีความหลากหลาย รองลงมาคือ เส้นด้ายไม่มีคุณภาพในการนำมาผลิตเป็นสิ่งทอ เช่น ทำให้เนื้อผ้าขาดความโปร่ง สวมใส่ไม่สบาย และ ครายี่ห้อของบริษัทไม่เป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

**ด้านราคา** ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง แต่ไม่มีการแจ้งล่วงหน้า รองลงมาคือ ไม่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน เช่น การแบ่งชำระเป็นรายงวด และ การไม่มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ด้านสถานที่** ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการเปิดให้เยี่ยมชมโรงงานเพื่อดูกระบวนการผลิต รองลงมาคือ การขาดความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์/fax/e-mail และ สถานที่ตั้งของบริษัทที่ไม่สะดวกต่อการเดินทางไปติดต่อ ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การไม่มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ รองลงมาคือ การไม่มีการลงโฆษณาสินค้าผ่านวิทยุชุมชนของบริษัท หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ และ ไม่มีการให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

**ด้านบุคลากร** ปัญหาด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การไม่มีการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทให้บริการผิดพลาด หรือล่าช้า และ พนักงานของบริษัทแต่งกายไม่เหมาะสม และไม่ใส่ชุดฟอร์มของบริษัท ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการ** ปัญหาด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ การผลิตสินค้าที่ไม่เสร็จตามกำหนดเวลาในใบสั่งซื้อ รองลงมาคือ การไม่มีระบบรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา และการไม่มีการให้คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและวิธีการดูแลรักษา ตามลำดับ

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ป้ายชื่อบริษัทที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่าง

ชัดเจน รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่ของบริษัท ไม่เหมาะสม และไม่สวยงาม และ ห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการของบริษัทไม่สะอาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ไฟฟ้ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ ลักษณะของกิจการ รายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน และความถี่ในการซื้อ

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ไฟฟ้ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสดตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสดตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ การให้เครดิตในการชำระเงิน เช่น การแบ่งชำระเป็นรายงวด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ และ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น และ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานของบริษัทมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทมีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานของบริษัทมีบุคลิกที่ดี น่าเชื่อถือ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ การมีการ



บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ การผลิตสินค้าที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ การมีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ การตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจัดส่ง ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท และ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นั่งรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นั่งรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นั่งรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ตามลำดับ

#### 4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ไผ่ทอง สปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพสีของเส้นด้าย เช่น สีสนของเส้นด้ายที่สดใส สีไม่ตกเมื่อเวลาผ่านไป ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีตรงตามความต้องการ และ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และการประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และพนักงานของบริษัทมีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทมีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานของบริษัทมีบุคลิกที่ดี น่าเชื่อถือ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ ผลิตสินค้าที่ตรงตามคำสั่งซื้อ และรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ การตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจัดส่ง ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท และ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ นิติบุคคลมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และความสะอาดของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ



#### 4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ไฟทอง สปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสดตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสดตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ ความหลากหลายของขนาดของเส้นด้ายที่มีให้เลือก ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.64) ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ และ การให้เครดิตในการชำระเงิน เช่น การแบ่งชำระเป็นรายงวด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

สูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือนไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทาง ไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทาง ไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ และ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทาง ไปติดต่อ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น และการมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสดตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น และการมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสดตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจัดส่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ ผลิตสินค้าที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และความสะอาดของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน 100,001-150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท และ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน มากกว่า 150,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ

#### 4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เชียงใหม่ไฟทอง สปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสันทตรงตามความต้องการ ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้าย มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสันทตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย รองลงมาคือ การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า) และ คุณภาพของเส้นด้ายในการดูดซับสีในกรณีลูกค้านำไปย้อมสีเอง เช่น สามารถดูดซับสีย้อมได้ดี ให้สีสันทตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ การให้เครดิตในการชำระเงิน เช่น การแบ่งชำระเป็นรายงวด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า และ มีการกำหนดราคาสินค้าที่แน่นอน ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ และสามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทาง ไปติดต่อ และ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งสินค้าในสถานที่ที่ต้องการ และ สถานที่ตั้งของบริษัทที่มีความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อ ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น และการให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และ การแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น รองลงมาคือ การมีส่วนลดให้ลูกค้าในกรณีซื้อด้วยเงินสด และการให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานของบริษัทมีความรู้

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทที่มีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานของบริษัทที่มีบุคลิกที่ดี น่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และ พนักงานของบริษัทให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทที่มีความเป็นมิตร พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และ พนักงานของบริษัทให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ การตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจัดส่ง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ และ มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 2 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต

รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท และ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ เดือนละ 3-4 ครั้งมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับเดือนละ 5 ครั้งขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต รองลงมาคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่นักรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และ ความสะอาดของสถานที่ของบริษัท ตามลำดับ

## 5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไม่เพียงพอ สปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทาง การตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของ บริษัท โรงงานล็กกีส์สตาร์การทอ จำกัด ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วน ประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัท คาสาคาดา (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ

ลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลัยทองผ้าฝ้ายไทย จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความหลากหลายของชนิดสินค้า มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากสูงสุด คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาจำหน่ายที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม/มีเครดิตเทอมเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านสถานที่** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะดวกในการสั่งซื้อ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย/บริษัท มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์/ fax/e-mail มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการโฆษณาให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในสื่อวารสารทางด้านสิ่งทออย่างเหมาะสม มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบุคลิกภาพและมารยาทของฝ่ายขาย มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในพนักงานขายที่มีบุคลิกลักษณะที่ดีและมีความเป็นมิตร มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการหลังการขายที่ประทับใจ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการที่ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งมีความถูกต้องทั้งประเภทและชนิดตามที่ได้ระบุในใบสั่งซื้อ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสามารถในการคัดเลือกรูปแบบ สี ขนาดได้ตามความต้องการของลูกค้า มากเป็นอันดับแรก



**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนา กิจเจริญ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเอกสารประกอบสินค้าหรือมาตรฐานที่ได้รับ มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการแต่งกายของพนักงานขายที่มีความเหมาะสม และคุณคูล่วงเกล้าพร้อมให้บริการลูกค้า มากเป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กรภัทร์ วงศ์รัตน์ (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในความสะอาดของสถานประกอบการ มากเป็นอันดับแรก

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

#### 5.3.1 ข้อค้นพบด้านข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 90 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถึงร้อยละ 78.9 อายุมากกว่า 36 ปีขึ้นไป ถึงร้อยละ 93.4 และ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 75.6 มีลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว และมีประสบการณ์การทำงานในธุรกิจสิ่งทอมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 84.5 ส่วนผลิตภัณฑ์เส้นด้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อครั้งล่าสุดคือ เส้นด้ายเบอร์ 3 ถึงร้อยละ 94.4 และยังพบว่า ร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปีนนิ่ง จำกัด คือ คุณภาพของเส้นด้าย

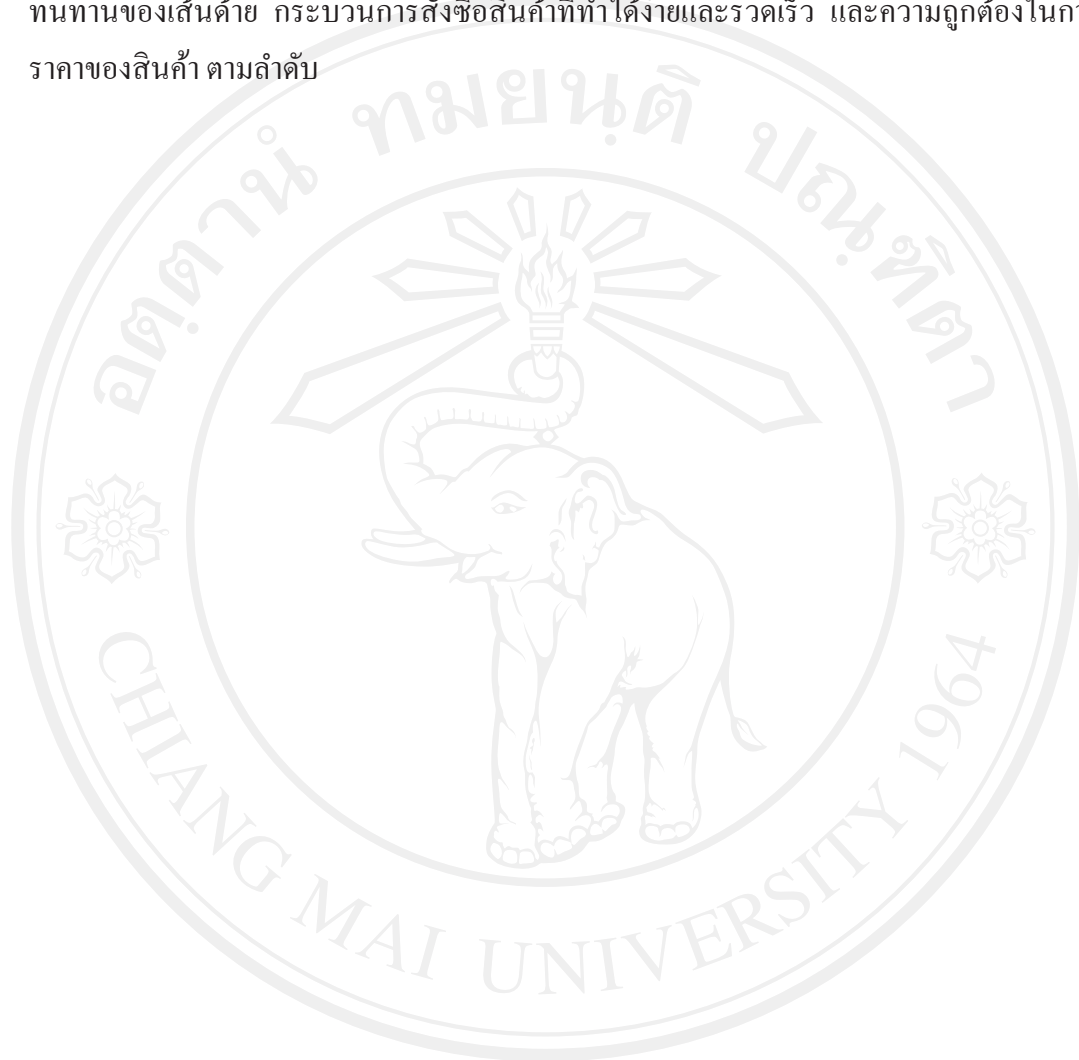
#### 5.3.2 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ น้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปีนนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นดังตารางที่ 5.1 – 5.7 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทองสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.78	มากที่สุด
2	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่าย และรวดเร็ว	ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.72	มากที่สุด
3	ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า	ปัจจัยด้านราคา	4.68	มากที่สุด
4	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการ ติดต่อ	ปัจจัยด้านสถานที่	4.63	มากที่สุด
5	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	4.36	มาก
6	การบรรจุหีบห่อของเส้นด้ายมีความ เป็นระเบียบเรียบร้อย (ไม่ชำรุด หรือเสียหายก่อนส่งถึงลูกค้า)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.34	มาก
7	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า	ปัจจัยด้านราคา	4.23	มาก
8	การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานใน การผลิต	ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.22	มาก
9	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี	ปัจจัยด้านบุคลากร	4.21	มาก
10	มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ ปลอดภัย	ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.93	มาก

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว และความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้าตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทองส์ป็นนึ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ป้ายชื่อบริษัทที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.02	น้อย
2	ความสวยงามและการตกแต่งสถานที่ของบริษัท	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.08	น้อย
3	การจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.18	น้อย
4	การแนะนำสินค้าจากพนักงานขายของบริษัท	ปัจจัยด้านบุคลากร	2.29	น้อย
5	การลงโฆษณาสินค้าผ่านวิทยุชุมชนของบริษัท	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.32	น้อย
6	ความหลากหลายของสีของเส้นด้ายที่มีให้เลือก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.49	น้อย
7	ความสะอาดของห้องน้ำที่จัดไว้ให้บริการของบริษัท	ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.60	ปานกลาง
8	ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลา (แต่มีการแจ้งล่วงหน้าหากมีการเปลี่ยนแปลง)	ปัจจัยด้านราคา	2.74	ปานกลาง
9	มีการเปิดให้เยี่ยมชมโรงงานเพื่อดูกระบวนการผลิตได้	ปัจจัยด้านสถานที่	2.88	ปานกลาง
10	มีการให้คำปรึกษา คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและวิธีการดูแลรักษา	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายชื่อบริษัทที่มองเห็นได้อย่าง ชัดเจน ความสวยงามและการตกแต่งสถานที่ของบริษัท และการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหาของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทงสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	รายละเอียดของปัญหา	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	ร้อยละ
1	ป้ายชื่อบริษัทที่ไม่สามารถมองเห็นได้ อย่างชัดเจน	ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	26.7
2	ไม่มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	20.0
3	ไม่มีการลงโฆษณาสินค้าผ่านวิทยุชุมชน ของบริษัท หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	20.0
4	การตกแต่งสถานที่ของบริษัทไม่ เหมาะสม และไม่สวยงาม	ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	18.9
5	ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลง แต่ไม่มีการแจ้ง ล่วงหน้า	ปัญหาด้านราคา	17.8
6	ไม่มีการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ	ปัญหาด้านบุคลากร	17.8
7	สีของเส้นด้ายที่มีให้เลือกไม่มีความ หลากหลาย	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	16.7
8	ไม่ให้เครดิตลูกค้ำในการชำระเงิน เช่น การแบ่งชำระเป็นรายงวด	ปัญหาด้านราคา	13.3
9	เส้นด้ายไม่มีคุณภาพในการนำมาผลิต เป็นสิ่งทอ เช่น ทำให้เนื้อผ้าขาดความ โปร่ง สวมใส่ไม่สบาย	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	12.2
10	พนักงานของบริษัทให้บริการผิดพลาด หรือล่าช้า	ปัญหาด้านบุคลากร	12.2

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายชื่อบริษัทที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ไม่มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ และ ไม่มีการลงโฆษณาสินค้าผ่านวิเทศชุมชนของบริษัท หรือมีแต่ไม่น่าสนใจพอ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.68: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.8: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า (4.89: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า (4.62: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมใน การติดต่อ (4.79: มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมใน การติดต่อ (4.59: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณ มาก (4.47: มาก)	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณ มาก (4.32: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.16: มาก)	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.23: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ ง่ายและรวดเร็ว (4.74: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ ง่ายและรวดเร็ว (4.72: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานใน การผลิต (4.21: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานใน การผลิต (4.23: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน  
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ลักษณะของกิจการ	
	เจ้าของคนเดียว	นิติบุคคล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.76: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.82: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า (4.66: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า (4.73: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก (4.66: มากที่สุด)	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณ มาก (4.55: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี (4.34: มาก)	พนักงานของบริษัทมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.41: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี (4.21: มาก)	พนักงานของบริษัทมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.23: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่าย และรวดเร็ว (4.71: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ได้ ง่ายและรวดเร็ว (4.77: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานใน การผลิต (4.22: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานใน การผลิต (4.23: มาก)



จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว และนิติบุคคล มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน		
	ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.68: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย 4.83: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย 4.81: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ความถูกต้องในการคิดราคา ของสินค้า (4.64: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการคิดราคา ของสินค้า (4.61: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการคิดราคา ของสินค้า (4.81: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านสถานที่	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มี ความเหมาะสมในการติดต่อ (4.68: มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มี ความเหมาะสมในการติดต่อ (4.69: มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มี ความเหมาะสมในการติดต่อ (4.5: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อใน ปริมาณมาก (4.25: มาก)	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อใน ปริมาณมาก (4.47: มาก)	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อใน ปริมาณมาก (4.31: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานของบริษัทมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้าย เป็นอย่างดี (4.21: มาก)	พนักงานของบริษัทมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้าย เป็นอย่างดี (4.22: มาก)	พนักงานของบริษัทมีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้าย เป็นอย่างดี (4.19: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ ทำได้ง่ายและรวดเร็ว (4.89: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ ทำได้ง่ายและรวดเร็ว (4.67: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ ทำได้ง่ายและรวดเร็ว (4.62: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทาง กายภาพ	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.04: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.17: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.50: มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยของธุรกิจต่อเดือน ไม่เกินหรือเท่ากับ 100,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด บริการ	ความถี่ในการซื้อ		
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง	เดือนละ 3-4 ครั้ง	มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.91: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.73: มากที่สุด)	คุณภาพด้านความเหนียวและ ทนทานของเส้นด้าย (4.55: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ความถูกต้องในการคิดราคา ของสินค้า (4.79: มากที่สุด)	ความถูกต้องในการคิดราคา ของสินค้า (4.69: มากที่สุด)	ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ของสินค้า (4.45: มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความ เหมาะสมในการติดต่อ (4.59: มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความ เหมาะสมในการติดต่อ (4.6: มากที่สุด)	เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความ เหมาะสมในการติดต่อ (4.91: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อใน ปริมาณมาก (4.35: มาก)	การให้ส่วนลดด้วยการเจรจา ต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อใน ปริมาณมาก (4.42: มาก)	การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนเสื่อกีฬาให้ องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น (4.36: มาก)
ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.32: มาก)	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.07: มาก)	พนักงานของบริษัทที่มีความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็น อย่างดี (4.45: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำ ได้ง่ายและรวดเร็ว (4.65: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำ ได้ง่ายและรวดเร็ว (4.73: มากที่สุด)	กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำ ได้ง่ายและรวดเร็ว (4.91: มากที่สุด)
ปัจจัยด้านการ สร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.24: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.2: มาก)	การใช้เครื่องจักรที่ได้ มาตรฐานในการผลิต (4.27: มาก)

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3-4 ครั้ง และ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง และ เดือนละ 3-4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3-4 ครั้ง และ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เวลาเปิด-ปิด (8:00 น. – 18:00 น.) ของบริษัทที่มีความเหมาะสมในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง และ เดือนละ 3-4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้ส่วนลดด้วยการเจรจาต่อรอง เช่นกรณีสั่งซื้อในปริมาณมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท เช่น การสนับสนุนเสื่อกีฬาให้องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. อย่างทั่วถึง เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3-4 ครั้ง และ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของบริษัทที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นด้ายเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3-4 ครั้ง และ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ กระบวนการสั่งซื้อสินค้าที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการซื้อ น้อยกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 3-4 ครั้ง และ มากกว่าหรือเท่ากับ เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การใช้เครื่องจักรที่ได้มาตรฐานในการผลิต



#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปินนิ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ด้านความเหนียวและทนทานของเส้นด้ายมากที่สุด ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญในการ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อรักษาชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และมาตรฐานของเส้นด้าย ตั้งแต่ ขั้นตอนการผลิตเส้นใย ด้วยการคัดเลือกและผสมผสานฝ้ายที่คุณภาพดีที่สุดจากไร่ฝ้ายที่มีมาตรฐาน สูง เพื่อการขึ้นรูปเป็นเส้นด้ายที่นุ่มและมีความแข็งแรง และการย้อมสีเส้นด้ายด้วยสีย้อมคุณภาพที่ ลดปัญหาสีตกหลังการย้อม ไปจนถึงการนำเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัยที่ช่วยเพิ่มคุณภาพและ กำลังการผลิตมาใช้ เพื่อพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอให้ได้ภายในระยะเวลา 3 ปี ตาม เป้าหมายที่ทางบริษัทได้วางไว้

นอกจากนั้น ทางบริษัทควรนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าด้วยกลยุทธ์สร้าง ความแตกต่าง (Product Differentiation) โดยสร้างจุดยืนในการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม (Product Innovation) ในอนาคตทางบริษัทอาจพิจารณานำเทคโนโลยีการผลิตอันก้าวหน้าและทันสมัย เช่น นาโนเทคโนโลยี (Nanotechnology) มาใช้เพื่อพัฒนาเส้นด้ายที่มีคุณสมบัติพิเศษตามความต้องการ เฉพาะของลูกค้าเพิ่มขึ้น เช่น เส้นด้ายที่มีคุณสมบัติลอกยาก มีขุยน้อย เส้นด้ายที่ป้องกันผื่นแพ้ เส้นด้ายที่แห้งเร็ว และคุณสมบัติพิเศษอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยสร้างจุดเด่นและ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งยังควรหันไปให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ ลินค้า ให้มีสไตล์ที่สอดคล้องกับรสนิยมของลูกค้าผู้ผลิตสิ่งทอสมัยใหม่ เช่น การสร้างความ แตกต่างและหลากหลายทางด้านสีสันทันและเนื้อสัมผัส (Textures) ของเส้นด้าย นอกจากนี้ บริษัท ควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยเน้นนโยบายรับประกันคุณภาพลินค้า ว่าเส้นด้ายของบริษัทมี อายุการใช้งานได้นานหลายปี มีความคงทนและคุณสมบัติพิเศษ

ในขณะเดียวกัน จากการศึกษากลับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจกับ ความเป็นที่รู้จักของตราชื่อของ บริษัท เพียงในระดับปานกลาง ดังนั้น ทางผู้บริหารจึงควรมี นโยบายในการพัฒนาตราสินค้าให้เป็นรู้จัก โดยนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ หรือ ไล่ประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ เพื่อสร้างจุดเด่นและความแตกต่างของตราสินค้า (Brand Differentiation) เพื่อตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งคู่แข่งไม่สามารถทำได้ โดยมุ่งการ

ปรับบทบาทของบริษัทจากฐานะของการเป็นผู้รับจ้างผลิตหรือ OEM (Original Equipment Manufacturer) ให้แก่ผู้ประกอบการสิ่งทอ ให้กลายเป็น Super OEM คือการเป็นผู้นำการผลิตในระดับต้นน้ำ โดยพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับเส้นด้ายของบริษัทให้ขึ้นมาเป็นแบรนด์ที่ผู้ประกอบการด้านสิ่งทอให้ความไว้วางใจในคุณภาพเป็นพิเศษ ต้องสั่งเส้นด้ายจากทางบริษัท โดยเฉพาะเพราะเป็น Exclusive OEM และสามารถนำชื่อเสียงของบริษัทไปเป็นจุดขายเพื่อรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์สิ่งทอได้ในอนาคต ดังเช่นในกรณีของ “Cotton USA” ซึ่งถือเป็นผู้นำของการเป็น Super OEM ที่มี Brand Awareness ของผู้คนจากทั่วโลกถึง 58% และถือเป็นแบรนด์สินค้าต้นน้ำที่เพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์สิ่งทอสำเร็จรูปทั่วโลก (โพธิ์ชันนิงแมค, 2549: ออนไลน์)

**ปัจจัยด้านราคา** ด้วยความที่บริษัท เชียงใหม่ไฟท์ทอสปinning จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโรงงานแห่งเดียวในภาคเหนือตอนบนที่ผลิตเส้นด้าย Cotton 100% จึงทำให้สามารถขายสินค้าในลักษณะผูกขาดแก่ลูกค้าในเขตภาคเหนือได้ มีอำนาจต่อรองด้านราคาและระยะเวลาในการชำระเงินต่อลูกค้าสูงมาก บริษัทจึงสามารถกำหนดราคาสินค้าได้โดยไม่ต้องแข่งขันกับคู่แข่ง และจากการศึกษาที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และเป็นผู้มีประสบการณ์การในธุรกิจสิ่งทอมามากกว่า 10 ปี จึงถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างเด็ดขาด และมีพื้นฐานความรู้ความเชี่ยวชาญด้านความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการตั้งราคาสินค้าให้เป็นมาตรฐาน โดยพิจารณาข้อมูลความเป็นจริงด้านราคาวัตถุดิบ แรงงาน รวมถึงค่าขนส่ง อย่างสม่ำเสมอ ว่ามีการปรับตัวสูงขึ้นหรือต่ำลง อย่างไรแล้วจึงปรับระดับราคาสินค้าของบริษัท ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และพยายามรักษาระดับราคาของสินค้าไว้ให้คงตัวเท่าที่เป็นไปได้ หากจำเป็นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงราคาก็ควรแจ้งให้ลูกค้าได้ทราบก่อนล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรทุกครั้ง

นอกจากนั้น บริษัทอาจหันมาเพิ่มความยืดหยุ่นทางด้านราคาตามปริมาณสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อในแต่ละครั้ง โดยอาจให้ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่สามารถซื้อสินค้าได้ตามปริมาณที่ทางบริษัทกำหนด หรือ การให้ส่วนลดในกรณีชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด เป็นต้น อีกทั้งจากการศึกษายังพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้เครดิตในการชำระเงิน โดยแบ่งชำระเป็นรายงวด เพียงในระดับปานกลาง ทางบริษัทจึงควรพิจารณาปรับปรุงเงื่อนไขการชำระเงิน แบบเครดิตเทอมให้กับลูกค้า เช่นในการ ซื้อขายครั้งแรกอาจมีการชำระเป็นเงินสด แต่ในครั้งที่ 2 ให้เครดิตได้ 7 วัน ในครั้งที่ 3 ให้เครดิตได้ 15 วัน เป็นต้น และหากในกรณีที่ลูกค้าที่ซื้อขายกันมานาน อาจพิจารณาเครดิตให้ 60 วัน โดยพิจารณาประวัติการจ่ายเงินของลูกค้าแต่ละรายเป็นกรณีๆ ไป

**ปัจจัยด้านสถานที่** นอกจากการดูแลสถานที่และช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีความสะดวกสำหรับลูกค้าแล้ว ทางบริษัทควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงบริษัททางด้านอื่นๆ เช่น การจัดให้มีพนักงานขายออกไปให้บริการกับลูกค้าเมื่อต้องการสั่งสินค้าถึงที่ โดยนำเสนอในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น โบรชัวร์ แคตตาล็อกสินค้า ที่มีรูปแบบสวยงาม เป็นต้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าของทางบริษัทได้โดยไม่ต้องไปคูที่โรงงานผลิต ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญที่จะเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ รวมถึงการจัดพนักงานที่รับผิดชอบในการติดต่อรับเรื่องจากลูกค้า เช่น ผู้มีหน้าที่ตอบ อีเมล/โทรศัพท์ที่มีความสามารถในการสื่อสารและอธิบายสินค้าได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเพียงระดับปานกลางกับการเปิดให้เยี่ยมชมโรงงานเพื่อดูกระบวนการผลิต ดังนั้น ทางบริษัทจึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อการเปิดโรงงานให้ลูกค้าที่มีความประสงค์จะชมการผลิต เพื่อแสดงความโปร่งใส และศักยภาพของกระบวนการการผลิต เช่น เปิดให้ผู้สนใจและลูกค้าเข้าชมกระบวนการผลิต ซึ่งยังถือเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานประจำโรงงานมีความกระตือรือร้นในการเตรียมตัวเพื่อต้อนรับแขกผู้มาเยือนอย่างสม่ำเสมออีกด้วย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ทางบริษัทควรพิจารณาการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทให้มากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทั้งในด้านการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า และการลงโฆษณาสินค้าผ่านวิทยุชุมชนของบริษัทนั้นได้รับความพึงพอใจเพียงในระดับน้อย ดังนั้น เพื่อแนะนำกิจการให้กับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าขายส่งที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าจากทางบริษัทให้ได้รับรู้จักสินค้าของบริษัทผ่านสื่อต่างๆ โดยปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และมุ่งการลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าขายส่ง เช่น คู่มือยิ้มสิทธรรมาติ ฉบับผู้รู้ท้องถิ่น ฝ่ายเกมใหม่ นิตยสาร TTIS FashionBiz เป็นต้น และควรปรับปรุงโบรชัวร์สำหรับแจกลูกค้าขายส่งให้มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำโบรชัวร์สำหรับลูกค้ากลุ่มทั่วไปที่มีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการรักษาเส้นด้ายใยฝ้าย เป็นต้น นอกจากนี้อาจมีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและทดลองใช้สินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าจากทางบริษัท

ในส่วนของโปรแกรมเพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้า บริษัทควรพิจารณาให้ส่วนลดทางการค้าหรือแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลขึ้นปีใหม่ เป็นต้น และควรพัฒนาระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) โดยมุ่งรักษาและ

เพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับลูกค้าเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว ด้วยการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า ผ่านการส่งข่าวสารข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการทำฐานข้อมูลลูกค้าเก็บไว้เพื่อประโยชน์ในการติดตามความพึงพอใจ และสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้า รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานอุตสาหกรรมแฟร์ งานกาชาด งานแสดงสินค้า OTOP City ซึ่งเป็นงานที่แสดงสินค้าภูมิปัญญาไทยสำหรับผู้ผลิตที่ผ่านการคัดสรรจากรกรมพัฒนาชุมชนเท่านั้น อันถือเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงลักษณะและคุณค่าของสินค้าที่เป็นงานฝีมือ และเจาะกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมายทั้งลูกค้าขายส่งและลูกค้าทั่วไปเพราะกลุ่มเป้าหมายงานคือกลุ่มที่สนใจสินค้าที่เป็นงาน ฝีมือจากภูมิปัญญาไทยจากผู้ผลิตโดยตรง หรือมีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าระดับประเทศเพื่อแสดงให้ลูกค้าได้เห็นว่าคุณภาพของทางกิจการเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐาน ยิ่งไปกว่านั้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาจถือเป็นการโฆษณากิจการไปในตัวอีกด้วย ทำให้กิจการเป็นที่รู้จักในหมู่ของผู้ค้าฝ้ายทอดมือมากขึ้นด้านการส่งเสริมการตลาด

นอกจากนั้น บริษัทอาจเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ โดยพยายามสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เข้าใจ และตกย้ำเกี่ยวกับจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น การนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์ และชื่อตรา ในสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความตรงตรงใจ เช่น การร่วมเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในสังคมให้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนงานการกุศลต่างๆ การจัดกิจกรรมเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้ในชุมชน หรือ กิจกรรมระดมความช่วยเหลือเพื่อผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) เพื่อส่งเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางบริษัท

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการแนะนำสินค้าจากพนักงานขายของบริษัทในระดับน้อย ดังนั้น ทางฝ่ายบริหารจึงควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถาม แก้ไขปัญหาหรือแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าได้ โดยจัดให้มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาเยือน โรงงานหรือลูกค้าที่ติดต่อทางโทรศัพท์ และให้มีการอบรมความรู้ด้านเทคนิค โดยละเอียดแก่พนักงานฝ่ายขายที่ต้องเดินทางไปติดต่อกับลูกค้าขายส่งหรือกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถที่จะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้ทันที ไม่ต้องรอผลจากทางบริษัท และเน้นให้พนักงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ และให้ข้อมูลอันเป็นมาตรฐานเดียวของบริษัท เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ ควรพูดหรือถามคำถามกับลูกค้าให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกคน เป็นต้น รวมถึงการ



ปลูกฝังเรื่องหัวใจของการบริการ ความอบอุ่น ความสุภาพ ให้กับพนักงานที่มีอยู่ เพื่อให้มีใจรักในงานบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส และกระตือรือร้นที่จะให้บริการ

ในเรื่องการบริหารทรัพยากรบุคคลของทางบริษัทในปัจจุบันยังขาดการประเมินผลอย่างชัดเจน และไม่เป็นระบบ ดังนั้นทางบริษัทควรวางแผนพัฒนาบุคลากร โดยมีการประเมินผลงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และเน้นการประเมินในทักษะที่จำเป็นในการผลิต เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเองและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต มีการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็น ได้อย่างเต็มที่ เช่นการเสนอความคิดเห็นผ่านทางกล่องแสดงความคิดเห็น เป็นต้น ควรวางระบบงานที่รองรับการเติบโตในหน้าที่การงานของพนักงานในทุกๆ ระดับ และมีการระบุการดำเนินการทางวินัยหากกระทำผิดเป็นลายลักษณ์อักษร ในแต่ละเดือน อาจจัดให้มีการมอบตำแหน่งพนักงานดีเด่น เพื่อประกาศเกียรติคุณและเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับพนักงานรายอื่นๆ ต่อไป และถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของบริษัทในระยะยาว

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ทางบริษัทควรกำหนดระยะเวลาการผลิตสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และส่งมอบให้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ หากเกิดกรณีที่การผลิตมีปัญหา ไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตามวันเวลาที่กำหนดไว้ จะต้องมีการแจ้งให้แก่ลูกค้าได้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วันก่อนที่จะถึงวันส่งมอบ และกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถเลื่อนกำหนดส่งมอบตามที่บริษัทแจ้งได้ บริษัทควรหาวิธีการในการผลิตสินค้า เพื่อส่งมอบให้ทันตามที่ลูกค้าต้องการให้ได้ เช่น แทรกงานในกระบวนการผลิต หรือเร่งวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิตจากผู้จำหน่าย ควรมีการตรวจสอบสินค้าก่อนการจัดส่งทุกครั้ง ว่าถูกต้องครบถ้วนตามเอกสารประกอบสินค้าหรือไม่ นอกจากนั้น ควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการสั่งซื้อของลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น โดยมีตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าได้ดูก่อนลงมือผลิต เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้

นอกจากนั้น ควรปรับปรุงระบบการบริหารสินค้าคงคลังเพื่อป้องกันสินค้าขาดสต็อกอยู่เสมอ เนื่องจากในปัจจุบัน ทางบริษัทยังประมาณการยอดขาย โดยอิงประสบการณ์เป็นหลัก และมีลักษณะการบริหารเป็นแบบเชิงรับ (Reactive) คือ รอรับการสั่งจะลูกค้า แล้วจึงทำการผลิตสินค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการผลิตสินค้าที่เสร็จตามกำหนดเวลาในใบสั่งซื้อ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเป็นลำดับรองสุดท้ายในปัจจัยด้านกระบวนการ ดังนั้นผู้บริหารควรมีการประมาณการยอดขายสินค้าแต่ละรายการไว้ล่วงหน้าและเก็บสต็อกสินค้าไว้ในระดับที่เพียงพอต่อการจำหน่ายในช่วงเวลานั้นๆ ของตลาด จะได้ไม่สูญเสียโอกาสทางการขาย และป้องกันการสูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งในกรณีที่ลูกค้าสามารถหาผลิตภัณฑ์มาทดแทนได้จากคู่แข่งในราคาที่ถูกลง ด้วยวางแผนการผลิตสินค้าล่วงหน้าและลดภาระสินค้าคงคลังที่ไม่มีการ



เคลื่อนไหวได้ นอกจากนั้น เพื่อความถูกต้อง ควรมีการตรวจสอบเอกสารประกอบสินค้าทุกครั้ง ก่อนที่จะนำไปส่งให้กับลูกค้า เช่น ชื่อ-ที่อยู่ของลูกค้า เส้นทางในการจัดส่ง รายละเอียดของสินค้า จำนวนหน่วยของสินค้า ราคาของสินค้า เป็นต้น และควรมีการป้องกันการเสียหายของสินค้าที่จัดส่ง เช่น ให้มีผ้าปูพื้นรถจัดส่งสินค้า หีบห่อจะต้องห่อมิดชิด มีผ้าใบคลุมเวลาฝนตก รวมถึงสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้า จะต้องมีการดูแลรักษาเป็นอย่างดีเสมอ

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับที่น้อยที่สุดจากทุกปัจจัย ดังนั้น ทางบริษัทควรเร่งปรับปรุงพัฒนาลักษณะทางกายภาพของโรงงานและบริเวณรับรองลูกค้า ตั้งแต่การจัดสินค้าด้านหน้าโรงงานให้มีความน่าสนใจและดูสวยงามมากขึ้น มีความเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ ควรขยายพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อลดความแออัดของสินค้า และจัดให้พื้นที่ในการเก็บสินค้ามีอากาศถ่ายเทที่สะดวกและมีแสงสว่างให้มากขึ้น ในบริเวณรับรองลูกค้า ด้วยเหตุที่ลูกค้าบางรายอาจมีผู้ติดตามที่ต้องนั่งรอ หรืออาจมีช่วงเวลาในการเข้าชมโรงงานเป็นเวลานาน ทางบริษัทจึงควรสร้างบรรยากาศในบริเวณรับรองด้วยที่นั่งที่สะดวกสบาย มีการตกแต่งภายในที่เหมาะสม และจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอ เช่น หนังสือพิมพ์ แคตตาล็อกสินค้า และจัดมุมบริการน้ำดื่ม ชา กาแฟ เป็นต้น

ในส่วนของโรงงาน บริษัทควรให้ความสำคัญในการจัดอุปกรณ์ป้องกันสารเคมีหรือฝุ่นละอองให้แก่พนักงาน รวมถึงการทำความสะอาดโรงงานและเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ โดยนำหลัก 5 ส. มาเป็นแนวปฏิบัติในการปรับปรุงให้เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยมุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพของการทำงานและจิตสำนึกในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่ดีของผู้ปฏิบัติงาน ตั้งแต่การสำรวจสิ่งของเครื่องใช้ อุปกรณ์และเอกสารในสถานที่ทำงาน การจัดวางสิ่งของต่างๆ ในที่ทำงานให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกและปลอดภัย ขจัดมลภาวะซึ่งก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตของพนักงาน เช่น อากาศเป็นพิษ กลิ่นของสารเคมีและสีย้อม เสียงของเครื่องจักรที่อาจดังเกินไป แสงสว่างที่ไม่เพียงพอ เป็นต้น

นอกจากนั้น ทางบริษัทควรนำเสนอจุดเด่นในการเป็นผู้ประกอบการโรงงานที่ห่วงใยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Factory) เช่น การเสริมสร้างระบบควบคุมมลภาวะ การลดปริมาณของเสียอันตรายที่ส่งออกสู่ภายนอก การพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียจากโรงงาน และระบบการกำจัดขยะมูลฝอยที่ได้มาตรฐาน เพื่อแสดงถึงศักยภาพและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทในระยะยาว