

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย และ ปัญหาของลูกค้าในการใช้บริการของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าธุรกิจโดยจากผลการศึกษา สามารถสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ รวมถึงข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง เท่าๆกัน มีตำแหน่งเป็นหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี มีรูปแบบของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประเภทของธุรกิจเป็นร้านมินิมาร์ท/ร้านขายของชำ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี ชื่อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งสากล ทุกวัน ชนิดของน้ำแข็งที่สั่งซื้อ คือน้ำแข็งหลอดใหญ่ สั่งซื้อน้ำแข็งมากกว่า 4 กระสอบ/วัน ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด สาเหตุในการเลือกชื่อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งสากล เนื่องจากน้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน และลูกค้าธุรกิจส่วนใหญ่ ไม่มีการชื่อน้ำแข็งจากที่อื่น (ชื้อจากโรงงานน้ำแข็งสากลเป็นหลัก)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับปานกลาง โดยบัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ และบัณฑิตด้านราคา ส่วนบัณฑิตส่วน

ประสมการตลาดที่ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือน้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อนรองลงมาคือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือและ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไปรองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีสั่งซื้อปริมาณมากและ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็วรองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอและ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็วรองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถมและ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการให้บริการขอลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ น้ำแข็งขาดตลาด มีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และ น้ำแข็งไม่ได้มาตรฐาน มีรูปทรงไม่สวยงาม ตามลำดับ

ด้านราคา ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด รองลงมาคือ ไม่สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ และ ไม่มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีระบบบัตรคิวทำให้การเข้ารับบริการไม่เป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง รองลงมาคือ อยู่ห่างจากตัวเมือง ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางนานและเสียต้นทุนค่าน้ำมันสูงขึ้น และ ไม่มีสถานที่สำหรับนั่งรอในการรับบริการ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า รองลงมาคือ ไม่มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่อใดๆ ในพื้นที่ และ พนักงานผู้ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตาม ตำแหน่งงานในธุรกิจ ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือนและประเภทของธุรกิจ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตาม ตำแหน่งงานในธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็นเจ้าของกิจการสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็นผู้จัดการสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็นหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ ผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ และ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ และ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ และ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับ โรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ ผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานทั้งหมดไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานทั้งหมดไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานทั้งหมดไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ ผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ ป้ายโรงงานชัดเจน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปาน

กลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรมลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ ผู้จัดการมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ อื่นๆมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตาม ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความ

พึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน และ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข รองลงมาคือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ รองลงมาคือ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด และ ป้ายโรงงานชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ

มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียนสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19)

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท อื่นๆสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ความพึงพอใจต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียนมีความพึงพอใจต่อบ้างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดย

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท อื่นๆมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ และ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียนมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท อื่นๆมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป รองลงมาคือ มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และ มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัญชีด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียนมีความพึงพอใจต่อบัญชีด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลูกค้าได้รับการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท อื่นๆมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลูกค้าได้รับการที่รวดเร็ว รองลงมาคือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ และ ป้ายโรงงานชัดเจน ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียนมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก และ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท อื่นๆมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว รองลงมาคือ มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม และ มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก ตามลำดับ

อภิปรายผล

ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สามารถอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับพิมพ์พรรณ เอี่ยมบุตรลบ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งธรรมศาลา ตำบลธรรมศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับภัทรพงษ์ นิมลรัตน์ (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าโรงงานน้ำแข็งทิวชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ คำออน (2543) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง วิธีการจัดจำหน่ายน้ำแข็งแพ็ค ของบริษัท โรงน้ำแข็งวังสิงห์คำ อุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์พรรณ เอี่ยมบุตรลบ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ก้อนน้ำแข็งมีลักษณะใสไม่ขุ่น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ คำออน (2543) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ น้ำแข็งแพ็คสะอาด ถูกหลักอนามัย แต่ไม่สอดคล้องกับ ภัทรพงษ์ นิมลรัตน์ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิมพ์พรรณ เอี่ยมบุตรลบ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ราคาน้ำแข็งก้อนเหมาะสมกับขนาด และไม่สอดคล้องกับ จิรศักดิ์ คำออน (2543) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ แต่สอดคล้องกับ ภัทรพงษ์ นิมลรัตน์ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาขาย ใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์พรรณ เอี่ยมบุตรลบ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ โรงงานน้ำแข็งมีบริการขนส่งน้ำแข็งที่ดีและรวดเร็ว และสอดคล้องกับ จิรศักดิ์ คำออน (2543) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ สะดวกรวดเร็วไม่ต้องเสียเวลาไปซื้อเอง แต่ไม่สอดคล้องกับ ภัทรพงษ์ นิมลรัตน์ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิมพ์พรรณ เอี่ยมบุตรลบ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ จัดส่งสินค้าให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่สอดคล้องกับ ภัทรพงษ์ นิมลรัตน์ (2553) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรศักดิ์ คำออน (2543) ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีการให้บริการที่ดี

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของ โรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

5.3.1 ข้อค้นพบความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของ โรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย ด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย น้อยที่สุด โดยสามารถสรุป 10 ลำดับระดับความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของ โรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย เป็นดังตารางที่ 5.1 – 5.9 ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย

| ลำดับที่ | รายละเอียดของปัจจัยย่อย | ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|----------|---|------------------------|-----------|-----------|
| 1 | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.65 | มากที่สุด |
| 2 | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้า ในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.62 | มากที่สุด |
| 3 | น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.57 | มากที่สุด |
| 4 | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป | ด้านราคา | 4.56 | มากที่สุด |
| 5 | น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.52 | มากที่สุด |
| 6 | มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก | ด้านราคา | 4.33 | มาก |
| 7 | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว | ด้านการจัดจำหน่าย | 4.25 | มาก |
| 8 | ได้น้ำแข็งปริมาณมาก | ด้านผลิตภัณฑ์ | 4.21 | มาก |
| 9 | มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 4.19 | มาก |
| 10 | มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.97 | มาก |

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน รองลงมาคือ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว และน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย

| ลำดับที่ | รายละเอียดของปัจจัยย่อย | ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|----------|---|------------------------|-----------|---------|
| 1 | มีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก | ด้านการจัดจำหน่าย | 2.05 | น้อย |
| 2 | มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 2.21 | น้อย |
| 3 | สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ | ด้านราคา | 2.25 | น้อย |
| 4 | มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ | ด้านการจัดจำหน่าย | 2.27 | น้อย |
| 5 | มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 2.82 | ปานกลาง |
| 6 | มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง | ด้านการจัดจำหน่าย | 2.83 | ปานกลาง |
| 7 | น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน | ด้านผลิตภัณฑ์ | 2.84 | ปานกลาง |
| 8 | ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด | ด้านราคา | 2.85 | ปานกลาง |
| 9 | มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 2.88 | ปานกลาง |
| 10 | อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ | ด้านการจัดจำหน่าย | 2.96 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 3 ลำดับแรก คือ มีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ และสามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับร้อยละของปัญหา มากของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย

| ลำดับที่ | รายละเอียดของปัญหา | ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ร้อยละ |
|----------|--|------------------------|--------|
| 1 | ราคาไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด | ด้านราคา | 18.38 |
| 2 | ไม่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 17.30 |
| 3 | ไม่สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ | ด้านราคา | 15.68 |
| 4 | ไม่มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่อใดๆ ในพื้นที่ | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 15.14 |
| 5 | บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ | ด้านผลิตภัณฑ์ | 14.05 |
| 6 | ไม่มีระบบบัตรคิวทำให้การเข้ารับบริการไม่เป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง | ด้านการจัดจำหน่าย | 14.05 |
| 7 | อยู่ห่างจากตัวเมือง ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางนานและเสียต้นทุนค่าน้ำมันสูงขึ้น | ด้านการจัดจำหน่าย | 11.35 |
| 8 | พนักงานผู้ให้บริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | ด้านการส่งเสริมการตลาด | 11.35 |
| 9 | น้ำแข็งขาดตลาด มีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า | ด้านผลิตภัณฑ์ | 9.73 |
| 10 | น้ำแข็งไม่ได้มาตรฐาน มีรูปทรงไม่สวยงาม | ด้านผลิตภัณฑ์ | 8.65 |

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัญหาปัจจัยย่อยต่อส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด รองลงมาคือไม่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า และไม่สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจ

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ตำแหน่งงานในธุรกิจ | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|
| | เจ้าของกิจการ | ผู้จัดการ | หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ | อื่นๆ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน (4.72: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน (4.54: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน (4.68: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน (4.67: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านราคา | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป (4.72: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป (4.59: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป (4.49: มาก) | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป (4.75: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.20: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.17: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.26: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.50: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.56: มากที่สุด) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.70: มากที่สุด) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.64: มากที่สุด) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.25: มาก) |

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ รองผู้จัดการ และรองหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจ

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ตำแหน่งงานในธุรกิจ | | | |
|------------------------------|---|--|--|---|
| | เจ้าของกิจการ | ผู้จัดการ | หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ | อื่นๆ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า (2.64: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน (2.89: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน (2.75: ปานกลาง) | บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (2.75: ปานกลาง) |
| ปัจจัยด้านราคา | สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ (2.36: น้อย) | สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ (2.28: น้อย) | สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ (2.24: น้อย) | สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ (2.08: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ (2.04: น้อย) | มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย อำนวยความสะดวก (2.07: น้อย) | มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย อำนวยความสะดวก (2.06: น้อย) | มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย อำนวยความสะดวก (1.75: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆในพื้นที่ (2.36: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆในพื้นที่ (2.15: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆในพื้นที่ (2.15: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆในพื้นที่ (2.58: ปานกลาง) |

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ รองผู้จัดการ และรองหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็นผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็นผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจเป็น เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|------------------------------|---|---|---|
| | ต่ำกว่า 20,001 บาท | 20,001 – 40,000 บาท | 40,000 บาทขึ้นไป |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ (4.86: มากที่สุด) | น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข (4.67: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน (4.70: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านราคา | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.62: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.59: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.52: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ (3.95: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.45: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว (4.75: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.48: มาก) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.62: มากที่สุด) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว (4.74: มากที่สุด) |

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามยอดสั่งซื้อน้ำแข็ง โดยเฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาด | ยอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน | | |
|----------------------------------|---|---|---|
| | ต่ำกว่า 20,001 บาท | 20,001 – 40,000 บาท | 40,000 บาทขึ้นไป |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | บรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (2.9: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน (2.85: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน (2.79: ปานกลาง) |
| ปัจจัยด้านราคา | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.33: น้อย) | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.24: น้อย) | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.25: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (1.76: น้อย) | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (2.14: น้อย) | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (2.04: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.14: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.22: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.21: น้อย) |

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,001 บาท 20,001 – 40,000 บาท และ 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่

ตารางที่ 5.8 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ประเภทของธุรกิจ | | |
|------------------------------|---|---|---|
| | โรงเรียน | มินิมาร์ท/ ร้านขายของชำ | อื่นๆ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ถูกต้อง มีความ น่าเชื่อถือ (4.74: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอน และ สิ่งปนเปื้อน (4.81: มากที่สุด) | น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอน และ สิ่งปนเปื้อน (4.63: มากที่สุด) |
| ปัจจัยด้านราคา | ราคาขายใกล้เคียงกับ โรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.63: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับ โรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.6: มากที่สุด) | ราคาขายใกล้เคียงกับ โรงงานน้ำแข็งทั่วไป (4.41: มาก) |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | ลูกค้าได้รับบริการที่ รวดเร็ว (4.04: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่ รวดเร็ว (4.38: มาก) | ลูกค้าได้รับบริการที่ รวดเร็ว (4.26: มาก) |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | มีการเพิ่มปริมาณน้ำ แข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดู ร้อน เนื่องจาก น้ำแข็ง ละลายเร็ว (4.81: มากที่สุด) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำ แข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดู ร้อน เนื่องจาก น้ำแข็ง ละลายเร็ว (4.49: มาก) | มีการเพิ่มปริมาณน้ำ แข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดู ร้อน เนื่องจาก น้ำแข็ง ละลายเร็ว (4.57: มากที่สุด) |

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม โรงแรม สถานบันเทิง อุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแปรรูป และร้านขายผลไม้

จากตารางที่ 5.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาขายใกล้เคียงกับ โรงน้ำแข็งทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจาก น้ำแข็งละลายเร็ว

ตารางที่ 5.9 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยย่อย ส่วนประสมการตลาดของ โรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาด | ประเภทของธุรกิจ | | |
|----------------------------------|---|---|--|
| | โรงเรียน | มินิมาร์ท/ ร้านขายของชำ | อื่นๆ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน (3.07: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน (2.65: ปานกลาง) | น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน (2.84: ปานกลาง) |
| ปัจจัยด้านราคา | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.26: น้อย) | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.35: น้อย) | สามารถชำระเงินโดย ใช้บัตรเครดิตได้ (2.22: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (2.15: น้อย) | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (2.00: น้อย) | มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวก (2.05: น้อย) |
| ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.19: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.24: น้อย) | มีการโฆษณาทางวิทยุ หรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ (2.2: น้อย) |

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม โรงแรม สถานบันเทิง อุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแปรรูป และร้านขายผลไม้

จากตารางที่ 5.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยอำนวยความสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจ ประเภท โรงเรียน มินิมาร์ท/ร้านขายของชำ และอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าธุรกิจ ของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ทางโรงงานน้ำแข็งสากล ต้องมีการควบคุมการผลิต ใช้แหล่งน้ำที่ได้มาตรฐานในกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้น้ำแข็งที่มีคุณภาพดี ได้ตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข มีรูปทรงที่สวยงามอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมการผลิต มีการตรวจสอบรูปทรงก่อนจัดส่งไปให้ลูกค้า สำหรับน้ำแข็งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ละลายเร็ว โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อน ทางโรงงาน ควรรักษาการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้แก่ลูกค้า รวมถึงสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบอีกด้วย และ ทางโรงงาน ควรจัดเตรียมน้ำแข็งให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า เช่น การหาพันธมิตรทางธุรกิจไว้รองรับในกรณีที่ทางโรงงานมียอดการสั่งซื้อเกินกว่ากำลังการผลิตของโรงงาน เป็นต้น และนอกจากนี้ควรสร้างตราชื่อ โรงงานน้ำแข็งสากลให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า ในอนาคต เช่น การจัดทำกระสอบพิมพ์ชื่อตราสินค้าสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ หรือ อาจจะใช้ ผ้าใบคลุมรถที่มีตราของโรงงานน้ำแข็งสากล เพื่อเป็นการสร้างการจดจำในตราโรงงานน้ำแข็งสากล รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ตราชื่อผ่านทางช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น วิทยุชุมชน ป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ส่วนปัจจัยย่อยเรื่อง เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานของโรงงานนั้น ทางโรงงานควรมีการสอบเทียบ (Calibration) เครื่องชั่งน้ำหนักเป็นประจำ และควรติดป้ายว่าเครื่องชั่งน้ำหนักนี้ได้รับการรับรองจากบริษัทที่มาสอบเทียบแล้วอีกด้วย

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า ผู้ที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าต่ำสุด ดังนั้น ทางโรงงานควรจัดเตรียมน้ำแข็งให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าว่า มีความสอดคล้องกับกำลังการผลิตของทางโรงงานหรือไม่ หากกำลังการผลิตของทาง โรงงานน้อยกว่าปริมาณความต้องการของลูกค้า ทางโรงงานควรมีการสั่งซื้อน้ำแข็งเพิ่มเติมจากกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้ทาง โรงงานสามารถจัดส่งน้ำแข็งได้ตามความต้องการของลูกค้าในกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการอย่างสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา

ทางโรงงานน้ำแข็งสากล ควรตั้งราคาให้มีความแน่นอน เป็นไปตามกลไกตลาด และใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป โดยราคาที่ตั้งควรเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ อย่างไรก็ตาม ทางโรงงานควรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการที่เหนือกว่า มากกว่าการแข่งขันด้านราคา และควรมีการเพิ่มระยะเวลาในการผ่อนชำระให้แก่ลูกค้า และให้ลูกค้าสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการชำระเงิน และจัดให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสด หรือ ลูกค้าที่ซื้อของในปริมาณมาก เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าชำระเงินทันที และ ซื้อสินค้าใน ปริมาณที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ทางโรงงานน้ำแข็งสากล ควรจัดให้มีการดูแลความสะอาดบริเวณโรงงาน และบริเวณโดยรอบเพื่อให้ลูกค้า รู้สึกว่าโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ จัดให้มีสถานที่จอดรถ และ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ สถานที่สำหรับให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ เป็นต้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า สำหรับช่องทางการเข้า-ออกของโรงงานน้ำแข็งนั้น เนื่องจากทางเข้า - ออก มีเพียงช่องทางเดียว และมีพื้นที่จำกัด ทางโรงงานน้ำแข็งสากลจะทำการปรับปรุงในส่วนของระบบเดินรถภายในใหม่ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้า - ออกโรงงานน้ำแข็งได้อย่างสะดวกมากขึ้น อย่างไรก็ตามเนื่องจากทางโรงงานมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ ดังนั้นเพื่อบรรเทาความไม่พึงพอใจของลูกค้าในด้านการจัดจำหน่ายของทางโรงงาน ทางโรงงานควรเน้นการบริการจัดตั้งถึงที่ให้แก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้ทางโรงงานควรจัดทำป้ายขนาดใหญ่เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นสถานที่ตั้งของโรงงานได้อย่างชัดเจน และในการให้บริการควรจัดให้ลูกค้าเข้ารับบริการตามลำดับและควรประมาณการเวลาที่ลูกค้าจะได้รับน้ำแข็งจากทางโรงงานด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกจากนั้น จากการศึกษายังพบว่า ผู้ที่มีตำแหน่งงานในธุรกิจ เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องการมีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการต่ำสุด ในขณะที่ตำแหน่งอื่นๆ อาทิ เช่น ผู้จัดการ และหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจต่ำสุดในเรื่อง การมีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก เนื่องจากทางโรงงานมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ถูกใช้กับเรื่องการผลิตเป็นหลัก ดังนั้น ทางโรงงานควรเน้นการบริการจัดตั้งถึงที่ให้แก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแทน เพื่อลดปริมาณลูกค้าที่จะเข้ามารับน้ำแข็งที่โรงงานเอง อย่างไรก็ตาม บริเวณห้องรับรองเดิมของทางโรงงาน ควรมีการปรับปรุงให้มีพื้นที่นั่งรอเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางโรงงานน้ำแข็งสากล ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ เรียบร้อยของพนักงาน และให้บริการด้วยความรวดเร็ว อย่างสม่ำเสมอ และทางโรงงานน้ำแข็งสากลควรอบรม ปลุกฝังจิตสำนึกด้านการบริการ หรือ การสร้างจิตสำนึกในงานบริการ (Service Mind) ในแก่พนักงานด้วย ซึ่งนอกจากจะมีการอบรมอย่างจริงจังแล้ว การจูงใจ โดยการให้รางวัลกับพนักงานดีเด่นในด้านการบริการ ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการพัฒนางานบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยทางโรงงานน้ำแข็งสากล อาจจะให้มีการลงคะแนนจากทั้งพนักงานด้วยกันเอง และจากการให้คะแนนของลูกค้าประจำเดือน ซึ่งวิธีการนี้น่าจะสามารถช่วยพัฒนาจิตสำนึกในการบริการของพนักงาน ได้ด้วย และในแต่ละเดือนควรมีการให้รางวัลกับพนักงานดีเด่นประจำเดือน (Employee of the Month) เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณและเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับพนักงานรายอื่นๆ อีกทั้งยังกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการปรับปรุงตนเองในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

เนื่องจากในปัจจุบัน ทางโรงงานน้ำแข็งสากล เน้นการสื่อสารทางการตลาด แบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นหลัก จึงอาจจะเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยในด้านการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่นๆ ในพื้นที่ ดังนั้น ทางโรงงานน้ำแข็งสากล อาจจะพิจารณาเพิ่มงบประมาณด้านการโฆษณา ผ่านทางวิทยุท้องถิ่นมากขึ้นด้วย

ทางโรงงานน้ำแข็งสากล ควรจัดให้มีพนักงานอย่างเพียงพอ เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และควรมีการจัดทำผ้าใบคลุมรถที่มีตราของทางโรงงานน้ำแข็งสากล แจกแก่ลูกค้า เพื่อช่วยให้การบรรทุกน้ำแข็งมีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยให้น้ำแข็งละลายช้าลง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการตลาดพร้อมกันไปในตัว โดยใช้ผ้าใบขนาดเล็กสำหรับรถมอเตอร์ไซด์ และผ้าใบขนาดใหญ่ สำหรับรถกระบะ ควรจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า เช่น งานปีใหม่ งานสงกรานต์ เป็นต้น นอกจากนั้นควรจัดให้กิจกรรม ลด แลก แจก แถม บ้างเป็นครั้งคราว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเพิ่มขึ้นอีกด้วย