

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะให้ความสนใจกับผลการดำเนินงานทางการเงิน เช่น รายได้ ต้นทุน กำไร เป็นต้น เพราะสามารถแสดงผลออกมาเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน แต่ในปัจจุบันผู้บริหารเริ่มพบแล้วว่า การใช้ตัวชี้วัดทางการเงินเป็นหลักไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในยุคปัจจุบัน (พลุ เดชะรินทร์, 2544) เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มักจะเป็นทรัพยากร หรือความสามารถที่จับต้องไม่ได้ อาทิเช่น ความรู้ ชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ทรายี่หือสินค้า หรือแม้กระทั่งความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม นอกจากนี้ ตัวชี้วัดทางการเงินยังให้ความสำคัญกับความสามารถขององค์กรในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะสั้น ๆ ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสำคัญกับการดำเนินงานและกลยุทธ์ในระยะยาวขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสำรวจพฤติกรรม ความพึงพอใจ และการเคลื่อนไหวของลูกค้า และพฤติกรรมของกลุ่มแข่งขัน ซึ่งถือเป็นความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน เป็นหนึ่งในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งรัฐบาลส่งเสริมให้เกิดกระบวนการพัฒนาในท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งยังเป็นการแก้ปัญหาเรื่องพืชผลของเกษตรกร และสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น แต่ในปัจจุบัน ผู้ประกอบการหลายรายในอุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน กำลังประสบกับปัญหาในการดำเนินงาน ปัญหาทางการเงิน การตลาด และปัญหาภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งสาเหตุอาจเกิดจากการประเมินผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงด้านเดียว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งทำการศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน โดยใช้แนวคิดการประเมินผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว (Dynamic Multi-dimensional Performance: DMP) เข้ามาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย มิติทางการเงิน มิติทางการตลาดหรือลูกค้า มิติทางด้านการบริหาร มิติทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมิติทางด้านอนาคต และทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานมิติทางการเงินและมิติที่ไม่ใช่การเงิน และอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อผลการดำเนินงานโดยรวม เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำวิธีการประเมินผลการดำเนินงานที่

เหมาะสม รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม เพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผน หรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และกรรมวิธีการผลิตได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว

## 5.1 สรุปผลการศึกษา

### 5.1.1 การประเมินผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

การศึกษาวិธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งในภาพรวม การพิจารณาโดยแยกตามพื้นที่ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และการพิจารณาโดยแยกตามรูปแบบขององค์กร ซึ่งได้แก่ สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับวิธีการประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 5 มิติ ในอันดับที่ 1 – 3 เหมือนกัน จะแตกต่างกันที่การจัดลำดับ โดยในมิติทางด้านการเงินผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับ การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดลงของต้นทุน และกำไรสุทธิ มิติทางด้านการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่า และส่วนแบ่งตลาด มิติทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า การลดลงของจำนวนสินค้าที่เสียหาย และการเพิ่มขึ้นของผลผลิต มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการผลิตของพนักงาน ทักษะและความสามารถของพนักงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน และมิติสุดท้ายมิติด้านอนาคต ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดใหม่ การวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนด้านกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขัน

การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรทั้ง 5 มิติ ใน 3 อันดับแรกเหมือนกันมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความใกล้เคียงกันมาก กล่าวคือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลในท้องถิ่นที่รวมตัวกันตั้งกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัท ในการผลิตสุราแช่พื้นบ้านจะใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ลำไยเป็นหลัก แหล่งความรู้เกี่ยวกับสุราแช่พื้นบ้าน การผลิต การวิเคราะห์ทางการเงิน และกระบวนการคิดอื่น ๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะได้รับความรู้มาจากการเข้ารับฟังการอบรมจากคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และกรมสรรพสามิต ดังนั้น พื้นฐานด้านการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งทักษะและความ

สามารถของผู้ประกอบการจึงไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งเป็นผลให้การประเมินผลการดำเนินงานส่วนใหญ่มีความใกล้เคียงกัน

#### 5.1.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ได้ทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลอง 2 แบบ แบบจำลองที่ 1 จะวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของผลการดำเนินงานมิติทางการเงินและมิติที่ไม่ใช่การเงิน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรงต่อมิติทางการเงิน คือ มิติทางการเงินตลาด และมิติทางด้านอนาคต ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบทางอ้อม คือ มิติทางด้านอนาคต มิติทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมิติทางด้านกระบวนการ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การประเมินผลการดำเนินงานในมิติที่ไม่ใช่การเงินมีความสำคัญต่อองค์กร อย่างยิ่ง เพราะผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงินเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะได้ทราบถึงผลการดำเนินงานในมุมมองที่กว้างขึ้น ซึ่งจะเป็แนวทางในการพัฒนาองค์กรให้เกิดความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน

ส่วนในแบบจำลองที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของผลการดำเนินงานโดยรวมกับปัจจัยลักษณะมุ่งทางการตลาด ความรุนแรงของการแข่งขัน และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอยู่แล้วในองค์กร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะมุ่งทางการตลาดมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ส่วนปัจจัยด้านความรุนแรงของการแข่งขัน ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน มีการรวมกลุ่มกันตั้งเป็นเครือข่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อติดต่อประสานงานกันเมื่อมีการจัดงานแสดงสินค้า และมีการเข้าร้านเพื่อขายสินค้าของสมาชิกในกลุ่ม อีกทั้งตลาดส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในระดับท้องถิ่น ดังนั้น ความรุนแรงทางการแข่งขันจึงไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร

#### 5.1.3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวม

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า พบว่าลูกค้าทั้งในภาพรวม ลูกค้าที่พิจารณาแยกตามพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และลูกค้าที่พิจารณาโดยแยกตามรูปแบบขององค์กรที่ซื้อสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านตัวสินค้า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร และปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับที่ 1 – 3 เหมือนกัน

เมื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากในด้านตัวสินค้า มาตรฐานของราคา ด้านสถานที่ ความสุภาพของพนักงานขาย การมีใบรับรองผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ การสั่งซื้อ และการส่งมอบสินค้า ส่วนด้านอื่น ๆ นั้น ลูกค้าได้รับความพึงพอใจเพียงเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า พบว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้านมาก

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งเหมาะสมหาง่าย สามารถติดต่อได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ความสะอาดของสถานที่ สถานที่กว้างขวางเลือกชมสินค้าได้สะดวก ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพ ชื่อเสียงขององค์กร และความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการประกอบด้วย ความสะดวกในการสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้า และการแก้ปัญหาเมื่อส่งมอบสินค้าไม่ทันตามกำหนด ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า ประกอบด้วย รสชาติของสินค้า สีของสินค้า กลิ่นของสินค้า คุณภาพของสินค้า และความสะอาดของสินค้า ปัจจัยด้านบุคลากร ประกอบด้วย ความสุภาพของพนักงานขาย การมีพนักงานคอยแนะนำสินค้า และความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับสินค้า ปัจจัยด้านการจัดการกับคำร้องเรียน ประกอบด้วย ปฏิกริยาของผู้ขายเมื่อมีการร้องเรียน การจัดการกับคำร้องเรียน และการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการชำระเงิน ประกอบด้วย ความสะดวกในการชำระเงิน และการให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ และพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจในสินค้าและบริการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น ไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อสินค้าจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าการให้ส่วนลด หรือได้รับของแถม แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการก็ไม่ควรจะมองข้ามปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย เพราะอาจเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ในอนาคต

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.2.1 เนื่องจากในการศึกษารุ่นนี้ ได้ศึกษาการให้ความสำคัญต่อวิธีการประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 5 มิติของผู้ประกอบการ เพื่อทราบถึงวิธีการที่เหมาะสมกับองค์กร และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรนำวิธีการประเมินผลการดำเนินงานที่มองข้าม หรือไม่ได้ให้ความสำคัญ มาปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรมากขึ้นด้วย ซึ่งวิธีการที่มองข้าม ได้แก่

### 1) มิติทางการเงิน

ก. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ผู้ประกอบการควรมีการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เพราะอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนจะบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำกำไรขององค์กรและระยะเวลาในการคืนทุน ซึ่งเป็นเป้าหมายทางการเงินที่แสดงถึงความสำเร็จขององค์กร

ข. ประสิทธิภาพในการผลิต ผู้ประกอบการควรมีการวัดประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อทราบว่าผลิตภาพในการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างไร และจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้อย่างไร ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพในการผลิตจะส่งผลให้ต้นทุนลดลงด้วย

### 2) มิติทางการตลาด

ก. การลดลงของจำนวนลูกค้าที่มาร้องเรียน ผู้ประกอบการควรมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการร้องเรียนของลูกค้าและจำนวนลูกค้าที่มาร้องเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นปัญหาให้ดีขึ้น นอกจากนี้ การลดลงของจำนวนลูกค้าที่มาร้องเรียนยังแสดงถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและองค์กรอีกด้วย

ข. การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ ผู้ประกอบการควรมีการหากลุ่มลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น ซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าที่ยังไม่สามารถจำหน่ายได้ และส่งผลกระทบต่อเงินขององค์กรในระยะยาว

### 3) มิติทางด้านการบริหาร

ก. การลดลงของจำนวนครั้งที่ผลิตไม่ทันตามแผน ผู้ประกอบการควรมีการเก็บข้อมูลทางด้านการผลิต จำนวนครั้งที่ผลิตไม่ทันตามแผน และสาเหตุที่ผลิตไม่ทันตามแผน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงทางด้านการผลิตที่ดีขึ้น

ข. การลดลงของจำนวนครั้งที่จัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลา ผู้ประกอบการควรมีการเก็บข้อมูลทางด้านการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า จำนวนครั้งที่จัดส่งสินค้าไม่ทันตามกำหนด



เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงทางการกระบวนการในการส่งมอบสินค้าให้ดีขึ้น เพื่อจะได้สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้นาน

#### 4) มิติทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ก. ทักษะและความพึงพอใจของพนักงาน ผู้ประกอบการควรมีการสำรวจ ทักษะและความพึงพอใจของพนักงานในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการจัดการ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานให้ดีขึ้น

ข. การลดลงของอัตราการขาดงานของพนักงาน ผู้ประกอบการควรมีการบันทึกการขาดงานของพนักงานในองค์กร รวมทั้งสาเหตุของการขาดงานนั้น ๆ เพื่อให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นและความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น

#### 5) มิติทางด้านอนาคต

ก. การวางแผนพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาและลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิต เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มปริมาณการผลิตให้สูงขึ้น และการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อาจส่งผลให้สินค้ามีคุณภาพที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ข. ความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรเตรียมพร้อมทางการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เช่น วัตถุดิบขาดแคลน ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทางการผลิต และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต

5.2.2 จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการดำเนินงานในมิติอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มิติทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มิติทางการตลาด และมิติทางด้านอนาคต เพราะมิติเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักขององค์กร ส่วนมิติทางด้านกระบวนการ และมิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการก็ไม่ต้องมองข้ามเช่นกัน แม้ว่ามิติทั้งสองจะไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรง แต่ก็ส่งผลกระทบทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อลักษณะมุ่งทางการตลาด และความพึงพอใจของลูกค้า เพราะปัจจัยทั้งสองมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร หากผู้ประกอบการสามารถนำปัจจัยต่าง ๆ มา ปรับเปลี่ยน และพัฒนาองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ ก็จะสามารถสร้างความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการและองค์กรได้อย่างยั่งยืน

5.2.3 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า จากการศึกษาครั้งนี้จะพบว่าปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในอันดับต้น ๆ ได้แก่ ด้านตัวสินค้า ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร และด้านราคา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเร่งสร้างคุณภาพของปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ให้เกิดขึ้นกับสินค้าและองค์กร เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้ามากขึ้น และจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาและปรับปรุงด้านผลตกของผลิตภัณฑ์ การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด การส่งเสริมการขาย การมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ความรู้ของพนักงานเกี่ยวกับสินค้า ความสะอาดและความกว้างขวางของสถานที่เพื่อเลือกชมสินค้า การแก้ปัญหาเมื่อไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันตามกำหนด และการจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้น ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ นั้น ผู้ประกอบการก็ควรรักษามาตรฐานให้คงอยู่และเพิ่มประสิทธิภาพให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ซึ่งจะเป็นการรักษาจำนวนลูกค้าไว้ได้อย่างยาวนาน

### 5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่าง ผลการดำเนินงานขององค์กร โดยรวมกับ ปัจจัยทางการตลาดในครั้งนี้ ไม่ได้นำเอาองค์ประกอบทางการสนองตอบต่อข้อมูลทางการตลาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบในปัจจัยลักษณะมุ่งทางการตลาดเข้ามาพิจารณาด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก อุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้านเปิดดำเนินการได้เพียง 2 – 3 ปี จึงเป็นช่วงที่องค์กรกำลังทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า และได้มีการกระจายข้อมูลทางการตลาดภายในองค์กรเท่านั้น ส่วนการตอบสนองต่อข้อมูลทางการตลาดขององค์กร ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านการตลาด และความต้องการของลูกค้า จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยข้อมูลทางการตลาด และการกระจายข้อมูลในองค์กรที่เพียงพอ ดังนั้น องค์ประกอบด้านนี้จึงไม่สามารถแสดงผลออกมาได้อย่างชัดเจน และมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอที่จะนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันได้ ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรนำเอาองค์ประกอบทางการตอบสนองต่อข้อมูลทางการตลาดเข้ามาพิจารณาด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลลักษณะมุ่งทางการตลาดที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น