

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเอกชนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยใช้บริษัท เอ เอฟ เอ็ม กรุ๊ป จำกัด เป็นตัวอย่างในการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทเอกชนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก
2. หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทเอกชนในกลุ่มธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

5.1 สรุปผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน ใช้ Chi-square และหาค่าสหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม กรุ๊ป ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าเป็นข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสามารถแยกตามปัจจัยด้านต่างๆ ได้ดังนี้ลูกค้าเป็นเพศชาย 254 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 71.30 เพศหญิง 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 ด้านอายุของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีอายุมีอายุระหว่าง 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมามีอายุระหว่าง 20-35 ปี คิดเป็น ร้อยละ 37.1 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.1 ด้านสถานภาพของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาสถานภาพโสด ร้อยละ 33.6และ สถานภาพหย่าร้อยละ 5.6ด้านการศึกษาของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.9รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 25.1 ระดับวิชาชีพ(ปวช.หรือ ปวส.)ร้อยละ 9.9 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 6.9 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 6.4 และ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นเป็นร้อยละ 4.8 ด้านอาชีพของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 24.3 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.3 อาชีพราชการร้อยละ 18.4 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 7.7 และ อาชีพนักศึกษาร้อยละ 1.1ด้านรายได้ต่อเดือนของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง10,001-20,000บาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง30,001-40,000 บาท ร้อยละ 28.8 รายได้ต่อเดือนระหว่าง20,001-30,000บาท ร้อยละ 22.7 รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า

10,000 บาท ร้อยละ 11.7 รายได้ต่อเดือนรายได้ต่อเดือน50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.5 และ รายได้ต่อเดือนระหว่าง40,001-50,000บาท ร้อยละ 2.4

5.1.2. ข้อมูลลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้า

ข้อมูลลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าด้านประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 1-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.87 มีวัตถุประสงค์ของการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกซื้อเพื่อปลูกประดับตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ46.7 รองลงมาคือซื้อเพื่อผลิต ไม้ถุงจำหน่ายร้อยละ 35.7ในด้านการใช้เมล็ดของลูกค้าด้านจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก ของลูกค้าโดยส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 1-5 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 74.9ด้าน ช่องทางที่รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปของลูกค้าโดยส่วนใหญ่รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทโดยวิธี เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือเอกสารแนะนำ ร้อยละ 32 ด้านช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป โดยส่วนใหญ่มีช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทโดยวิธี ซื้อหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมาคือ สั่งซื้อทางโทรศัพท์ ร้อยละ 33.3 และซื้อจากเซลล์แมน ร้อยละ 22.1 ด้านรายชื่อบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยส่วนใหญ่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบจก.เอ.เอฟ. เอ็ม คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ บจก. เจียไต๋ ร้อยละ 32.3 และหจก.จิบอังกตั้ง ร้อยละ 24.0 และ บจก.ไทยซิดส์ ร้อยละ 23.7 และบจก.ศรคง ร้อยละ 20.0 และบจก.ที เอส เอ ร้อยละ 19.2 และ หจก.โฮม ซิด ร้อยละ 15.5และ บจก.ไทยนอร์ท ซิดร้อยละ 12 และ บจก.กนก ซิด ร้อยละ 0.3 และ บจก.แอดวานส์ ซิดร้อยละ 3.5 ด้านจำนวนบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยส่วนใหญ่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกร่วมกับบริษัทจำนวน 1-3บริษัท คิดเป็นร้อยละ 81.3

5.1.3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อ บริษัท เอ เอฟ เอ็ม กรุ๊ป ด้านต่างๆได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการบริการโดยมีรายละเอียดดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านบุคลากรจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{x}=4.62$) และเมื่อพิจารณาข้อในเรื่อง ความสุภาพในการให้บริการและมารยาทในการสื่อสารของพนักงาน ,ความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้,เรื่อง บุคลิกภาพของพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วน ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงาน และพนักงานลูกค้ามีความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า,ความรู้ความชำนาญในการให้บริการ,การให้ข้อมูลและคำแนะนำได้อย่างชัดเจนถูกต้อง,ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน,ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านผลิตภัณฑ์จากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X}=4.46$) และเมื่อพิจารณารายข้อในเรื่องคุณภาพของสินค้า,คุณภาพของบรรจุภัณฑ์,ความสะดวกในการใช้สินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนเรื่องสินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ,ขนาดบรรจุของสินค้า,ความหลากหลายของสินค้า,อายุการเก็บรักษาของสินค้า,เงื่อนไขการรับประกันคุณภาพ,เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า,ความครบถ้วนของฉลากบรรจุภัณฑ์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านบริการจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X}=4.41$) และเมื่อพิจารณารายข้อในเรื่อง ความสะดวกในการสั่งสินค้า,ความถูกต้องของสินค้า,การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่ต้องการ,ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับทางบริษัท ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนสถานที่ตั้งของบริษัทติดต่อสะดวกและหาง่าย,รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าเพียงพอต่อการตัดสินใจ,ระบบการให้บริการทางโทรศัพท์,วิธีการจัดส่งสินค้า,การเข้าไปเยี่ยมชมลูกค้าของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลประจำพื้นที่,การจัดอบรม สัมมนา ให้กับกลุ่มลูกค้า,การให้บริการทางเว็บไซต์และอีเมล,ระยะเวลากระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ,การรับแจ้งปัญหาเรื่องร้องเรียนหลังการขาย,ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน,การให้ตัวอย่างเมล็ดทดลอง,มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ,รายการส่งเสริมการขายสินค้าราคาพิเศษโปรโมชั่น,การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง,กระบวนการเปลี่ยนสินค้า,กระบวนการชดเชยสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านราคาจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X}=3.86$) และเมื่อพิจารณารายข้อในเรื่อง การให้ส่วนลด, การให้เครดิตในการซื้อ, ราคาเหมาะสม ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

จากการศึกษาปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีระดับปัญหาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ยปัญหาที่ ($\bar{X}=2.22$)) และเมื่อพิจารณารายข้อในเรื่อง ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัท,ราคาสินค้า,และไม่พอเพียงของสินค้า,ความไม่สะดวกของสถานที่ในการบริการ,คุณภาพของสินค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย ส่วนการให้บริการล่าช้า,โทรศัพท์สายไม่ว่างยากในการติดต่อ,พนักงานขาด

ความรู้และความเข้าใจในสินค้า,พนักงานไม่สุภาพและไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด

5.1.5. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ.

เอ็ม กรุ๊ป โดยใช้ Chi-square

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยทางเพศของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยทางด้านอาชีพของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.6. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ.

เอ็ม กรุ๊ป โดยใช้การหาค่าสหสัมพันธ์

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.166

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.121

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.160

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) 0.109

5.2 อภิปรายผล

5.2.1.ความพึงพอใจ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็มกรุ๊ปต่อการให้บริการของบริษัทเอกชนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก พึงพอใจในการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม ไลเคิร์ต สเกล (Likert Scale) อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมที่ (\bar{x} =4.50)

และมีปัจจัยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างต่ำซึ่งควรนำมาปรับปรุงแก้ไขในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมด้านบุคลากรที่ ($\bar{x}=4.62$) แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากรในหัวข้อ “ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงาน”, “พนักงานลูกค้ามีความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า”, “ความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ”, “การให้ข้อมูลและคำแนะนำได้อย่างชัดเจนถูกต้อง”, “ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน”, “ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน” โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.18$), ($\bar{x}=4.07$), ($\bar{x}=4.06$), ($\bar{x}=3.94$) และ ($\bar{x}=4.01$) ตามลำดับ โดยจะเห็นว่าลูกค้าจะมีความพึงพอใจในส่วนของ “ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน” ที่ต่ำที่สุดในด้านบุคลากร เนื่องจากความหลากหลายของสินค้าที่มีมากถึง 1,000 กว่าชนิด และบุคลากรที่ดูแลลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้มีความรู้ทางด้านไม้ดอกหรือด้านการเกษตรมาโดยตรง แต่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขโดยการจัดอบรมเรื่องสินค้าแก่พนักงานทุกเดือนเป็นประจำ จากเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในแต่ละหัวข้อ เพื่อเป็นการให้ความรู้และพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานและจะวัดผลในแต่ละหัวข้อที่มีการอบรมไป

2. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมด้านผลิตภัณฑ์ที่ ($\bar{x}=4.46$) แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อ “สินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ”, “ขนาดบรรจุของสินค้า”, “ความหลากหลายของสินค้า”, “อายุการเก็บรักษาของสินค้า”, “เงื่อนไขการรับประกันคุณภาพ”, “เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า”, “ความครบถ้วนของฉลากบรรจุภัณฑ์”, โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.11$), ($\bar{x}=4.10$), ($\bar{x}=4.09$), ($\bar{x}=4.05$), ($\bar{x}=3.95$) และ ($\bar{x}=3.86$) ตามลำดับ โดยจะเห็นว่า ลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่ำที่สุดในส่วนของเงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า ลูกค้าส่วนใหญ่จะไม่ทราบว่ากระบวนการเปลี่ยนคืนสินค้ามีเงื่อนไขอย่างไร ซึ่งอาจจะมียางรายที่ลูกค้ามีการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะสั่งสินค้าและเจ้าหน้าที่แจ้งล่วงหน้า แต่กลุ่มที่ไม่ทราบหรือมีความพึงพอใจในระดับปานกลางส่วนใหญ่เกิดจากกลุ่มที่ไม่ได้ใช้สินค้าโดยตรง เป็นการสั่งซื้อผ่านคนกลางหรือในรูปของงานบริหารภายในองค์กรเอง เมื่อเกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนสินค้าจึงทำได้ยาก และความครบถ้วนของฉลากบรรจุภัณฑ์ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้ทางบริษัทระบุวิธีการเพาะ การดูแลจัดการ รวมไปถึงรูปภาพในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตรงนี้ทางบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป ยังมีไม่ครบในสินค้าทุกรายการ แต่ได้จัดทำในสินค้าที่ได้รับการนิยมนสูง หรือที่มีลูกค้าต้องการค่อนข้างมาก ก็จะเริ่มทำในรายการนั้นๆก่อน เช่น เมล็ดพันธุ์ดาวเรือง พิทูเนีย สแตติส เป็นต้น สินค้ากลุ่มนี้จะมีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ครบถ้วนและอนาคตจะมีการเพิ่มในรายการอื่นตามมา

3. ด้านบริการ โดยเฉลี่ยลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมด้านบริการที่ ($\bar{x}=4.41$) แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านบริการในหัวข้อ “สถานที่ตั้งของบริษัทติดต่อสะดวกและหาง่าย”, “รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าเพียงพอต่อการตัดสินใจ”, “ระบบการให้บริการทางโทรศัพท์”, “วิธีการจัดส่งสินค้า”, “การเข้าไปเยี่ยมลูกค้าของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลประจำพื้นที่”, “การจัดอบรม สัมมนา ให้กับกลุ่มลูกค้า”, “การให้บริการทางเวปไซด์และอีเมล”, “ระยะเวลากระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ”, “การรับแจ้งปัญหาเรื่องร้องเรียนหลังการขาย”, “ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน”, “การให้ตัวอย่างเมล็ดทดลอง”, “มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ”, “รายการส่งเสริมการขายสินค้าราคาพิเศษโปรโมชัน”, “การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง”, “กระบวนการเปลี่ยนสินค้า”, “กระบวนการชดเชยสินค้า” โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.20$), ($\bar{x}=4.15$), ($\bar{x}=4.08$) ($\bar{x}=4.02$), ($\bar{x}=3.96$), ($\bar{x}=3.94$), ($\bar{x}=3.92$), ($\bar{x}=3.90$), ($\bar{x}=3.87$), ($\bar{x}=3.84$), ($\bar{x}=3.76$) และ ($\bar{x}=3.72$) ตามลำดับ โดยจะเห็นว่าลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่ำที่สุดในส่วนของ “กระบวนการเปลี่ยนสินค้า” และ “กระบวนการชดเชยสินค้า” ซึ่งในส่วนนี้จะมีกระบวนการค่อนข้างยุ่งยาก เพราะส่วนหนึ่งเกิดจากสินค้าที่มีรายการค่อนข้างมาก และมีหลายล็อต ดังนั้นหากได้รับแจ้งจากลูกค้า ว่ากระบวนการตรวจเช็คจะเรียบร้อยและสมบูรณ์ได้ ต้องใช้เวลาประมาณ 7-90 วัน ขึ้นอยู่กับแต่ละกรณี แต่หากลูกค้าต้องการคำตอบทันทีที่สามารถทำได้ จะมีบางกรณีที่สามารถยืดหยุ่นให้กับลูกค้าเป็นรายๆ ไป และเนื่องจากลูกค้าไม่สะดวกในการนำสินค้าไปเปลี่ยนคืนให้กับบริษัท ก็ต้องรอเจ้าหน้าที่เข้าไปพบ ซึ่งทำให้กระบวนการช้ากว่าเดิม เพราะสินค้าบางส่วนจะถูกจัดส่งทางไปรษณีย์ ดังนั้นก็จะมีลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่สะดวกในการจะเปลี่ยนของคืนทางไปรษณีย์ และทางเจ้าหน้าที่ก็จะต้องใช้เวลาในการเข้าถึงเพื่อให้บริการในเรื่องนี้จึงทำให้เกิดความล่าช้าตามมา

4. ด้านราคา โดยเฉลี่ยลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรวมด้านราคา ($\bar{x}=3.86$) แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านราคาในหัวข้อ “ความเหมาะสมของราคาโดยมีค่าเฉลี่ย” ($\bar{x}=3.71$) โดยจะเห็นว่า ด้านราคาลูกค้าจะให้ความพึงพอใจค่อนข้างต่ำกว่าหัวข้ออื่นๆ เพราะบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป จะมีระยะเวลาเครดิตน้อยกว่าบริษัทอื่น และมีการรวมค่าบริการอื่นเข้าไปในราคาสินค้าด้วย บริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีการให้บริการเสริมด้านอื่น โดยไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายใดๆ แก่ลูกค้า เช่น การจัดอบรมสัมมนาให้แก่ลูกค้า การส่งเจ้าหน้าที่ออกไปพบเมื่อได้รับแจ้งถึงปัญหา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานราชการ เพื่อส่งเสริมการใช้ไม้ดอกไม้ประดับ ให้แก่เกษตรกรที่ไม่ใช่ลูกค้าของทางบริษัท การส่งเมล็ดทดลองให้แก่โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน เพื่อพัฒนาด้านสื่อการเรียนการสอน การให้เมล็ดผัก

เป็นสื่อการเรียนการสอนและสร้างอาหารให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นโดยไม่มี การเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ

5.2.2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

1. อาชีพของลูกค้า ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าไคสแควร์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท กล่าวคือ ลูกค้าที่มีอาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เพราะลูกค้ากลุ่มเกษตรกรเป็นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ไปเพื่อใช้งานโดยตรง สามารถระบุความต้องการและวัดความพึงพอใจได้จากความรู้สึกของผู้ใช้งานหรือผู้รับบริการ โดยตรง ซึ่งจะแตกต่างจากพนักงานรัฐวิสาหกิจจะเป็นลักษณะของผู้ใช้งาน โดยตรงและไม่ได้ใช้เอง ดังนั้นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้เกิดจากผู้ที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม่ดอกโดยตรง จึงไม่สามารถระบุความพึงพอใจที่แท้จริงในบางรายการได้ เช่น คุณภาพเมล็ดพันธุ์ อายุการเก็บรักษา และปัญหาต่างๆ เป็นต้น

2. อายุของลูกค้า ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท กล่าวคือ ลูกค้าที่อายุช่วง 20-35 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิต (2518) ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการแผ่นดินใหม่ของเกษตรกรชาวสวนยางในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า เกษตรกรมีอายุน้อยจะรับวิทยาการแบบใหม่ในการทำสวนยางมากกว่าที่อายุมาก ลูกค้าที่มีอายุน้อยจะยอมรับสิ่งต่างๆ ได้ง่ายและพยายามที่จะซักถาม แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ระหว่างเจ้าหน้าที่และตัวลูกค้าเอง กล่าวที่จะแสดงความต้องการของตนเองออกมาอย่างชัดเจนทำให้การให้บริการของเจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะแตกต่างจากลูกค้าที่อายุมาก จะยอมรับสิ่งต่างๆ ได้น้อยกว่าเพราะส่วนใหญ่ลูกค้าที่อายุมากจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับ และด้วยความที่ลูกค้ามีอายุมาก จะทำให้เกิดช่องว่างในการปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่ที่มีอายุน้อยกว่าลูกค้ามาก ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นหรือซักถามได้ทุกเรื่อง เกิดช่องว่างในการให้บริการ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่

3. รายได้ของลูกค้า ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสหสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท กล่าวคือ ลูกค้าที่รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 50,001 บาท เพราะลูกค้าที่มีรายได้สูง ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการติดต่อมาเป็นเวลานาน อยู่ในระดับต้นๆของกลุ่มลูกค้า ในกลุ่มนี้ลูกค้ามักจะแสดงความคิดเห็นออกมาในเชิงลบ มีเรื่องร้องเรียนตลอด อำนาจการต่อรองสูง และมีความพึงพอใจต่ำ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จะเกิดความพึงพอใจสูงกว่า มีความยืดหยุ่นสูง ยอมรับง่าย มีเหตุผลในการติดต่อประสานงานและรับบริการ

4. วัตถุประสงค์ของการซื้อของลูกค้า ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ใช้ค่าสหสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท กล่าวคือ ลูกค้าที่วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อประดับตกแต่ง มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีที่วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการวิจัย เพราะลูกค้าที่วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อประดับตกแต่ง เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้ประโยชน์โดยตรงในเชิงธุรกิจ มีผลตอบแทนจากการใช้ไม้ดอกไม้ประดับแสดงให้เห็นในรูปตัวเงิน เกิดเป็นรายได้ให้กับลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากการซื้อเพื่องานวิจัย เป็นการใช้เมล็ดพันธุ์เพื่อศึกษา โดยไม่สามารถวัดผลออกมาได้ในเชิงรูปธรรม และผลการวิจัยก็คือผลตอบแทนที่ได้ ซึ่งก็ถือว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้เท่านั้น ไม่ใช่ตัวแปรหลักในงานวิจัยนั้นๆ

5. จำนวนครั้งที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ของลูกค้า ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ใช้ค่าสหสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท กล่าวคือ ลูกค้าส่วนใหญ่มีจำนวนการซื้อต่อปี 1-5 ครั้งต่อปี เพราะช่วงเวลาที่ลูกค้าจะใช้ไม้ดอกในแต่ละปีจะอยู่ช่วงเดือนกรกฎาคมถึง ธันวาคม โดยปริมาณการผลิตสูงสุดจะอยู่ในช่วงนี้ ทำให้ปริมาณการสั่งซื้อเฉลี่ยจะไม่สูงมากนัก แต่ก็มีลูกค้าบางรายที่มีการผลิตตลอดทั้งปี แต่อยู่ในปริมาณไม่มาก และลักษณะการซื้อของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จะสั่งเมล็ดพันธุ์ไว้เป็นล็อตใหญ่ๆ ซึ่งจะซื้อไม่กี่ครั้งต่อปี แต่ซื้อในปริมาณมาก เพื่อกักตุนสินค้าและได้ทำแผนการผลิตล่วงหน้าไว้แล้ว ดังนั้นหากมีการเปิดดอกเดอร์มาทางบริษัทต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ให้ตรงเป้าหมายที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา สต็อกสินค้า คุณภาพสินค้า เป็นต้น เพราะหากเกิดผิดพลาดหรือสินค้าไม่ครบ ลูกค้าก็จะเกิดความเสียหายและสร้างความไม่พึงพอใจตามมา

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะข้อคิดเห็นบางประการอันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหรือทางบริษัทที่ส่งเสริมธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก รวมทั้งอาจเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไปดังนี้

1. อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังนั้น ทางบริษัทควรใช้ประโยชน์จากจุดนี้เป็นสื่อกลางในการพัฒนาด้านต่างๆ โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางการค้ากับทางบริษัทมากขึ้น เน้นการให้บริการที่ผู้ใช้เมล็ดพันธุ์โดยตรง เพราะจะเป็นการสร้างรากฐานที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

2. อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังนั้น ในการส่งเสริมหรือการสร้างความพึงพอใจ ควรเน้นลูกค้าที่มีอายุน้อยก่อนที่จะเข้าวัยกลางคน ให้รู้จักไม้ดอกไม้ประดับเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับคือวัยกลางคน ดังนั้นการสร้างการยอมรับให้ลูกค้าอายุน้อยจึงเป็นการกระตุ้นการให้รู้จักไม้ดอกไม้ประดับมากยิ่งขึ้น และลูกค้าที่มีอายุน้อย จะยอมรับวิวัฒนาการหรือความรู้ใหม่ได้ง่ายกว่าลูกค้าที่มีอายุมาก และกระตุ้นลูกค้าที่อายุมาก ให้เกิดความพึงพอใจ ให้มากกว่านี้ซึ่งกลยุทธ์หรือวิธีการให้ลูกค้าพึงพอใจ อาจจะเป็นคนละแบบกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกิดการยอมรับได้ยากและมีประสบการณ์สูง

3. รายได้ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังนั้น ในการส่งเสริมหรือการสร้างความพึงพอใจควรเน้นลูกค้าที่รายได้มาก ให้เกิดความพึงพอใจให้มากกว่านี้ และเข้าถึงลูกค้ารายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้น้อยไม่สูงมากนักและเข้าถึงได้ง่าย และลูกค้าที่มีรายได้สูงก็ทิ้งไม่ได้ ต้องพยายามรักษาไว้ ดังนั้นลูกค้ารายได้น้อยจึงเปรียบเสมือนช่องทางและโอกาสที่จะพัฒนาธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ และรักษาลูกค้าที่รายได้มากให้มั่นคง

4. วัตถุประสงค์ของการซื้อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังนั้น ทางบริษัทควรใช้ประโยชน์จากจุดนี้เป็นสื่อกลางในการพัฒนาด้านต่างๆ โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยด้านสายพันธุ์เทคโนโลยีใหม่ๆ จะทำให้เกิดผลดีกับทางบริษัทมากขึ้น เพราะวัตถุประสงค์ของการซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับเปรียบเสมือนช่องทางในการใช้ไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่ใช้เพื่ออะไร เพื่อใคร ที่ไหน และพัฒนาเป็นโอกาสในอนาคตได้ เพื่อให้ทราบแนวโน้มอย่างชัดเจนและถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า

5. จำนวนครั้งที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ดังนั้นทางบริษัทควรสร้างโอกาสในการส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละครั้ง เพราะหากทราบว่าลูกค้าจะส่งสินค้าในช่วงไหนก็สามารถจัดกิจกรรมกระตุ้นการขาย สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการวางแผนร่วมกันระหว่างบริษัทกับตัวลูกค้าเอง เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดกับลูกค้าได้ในกรณีที่ลูกค้าสั่งของเข้ามาในช่วงเดียวกันมากๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับบริษัทและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาวและยั่งยืน

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการวิจัยเปรียบเทียบการปลูกไม้ดอกไม้ประดับกับภูมิภาคอื่น เนื่องจากมีสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน เช่น ภูเก็ต สุพรรณบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการผลิตไม้ดอกไม้ประดับเช่นกัน
2. การทำวิจัยพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับที่เป็นที่ต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงถึงลักษณะการนำไม้ดอกไม้ประดับไปใช้งาน

3. ทำการศึกษาไม้ดอกเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการผลิตในปริมาณมาก และมีโอกาสในการขยายธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved