

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษา ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร / กิจการ ได้แก่ ประเภทขององค์กร / กิจการ ความถี่ในการซื้อเครื่องเขียน งบประมาณในการซื้อเครื่องเขียนเฉลี่ยต่อเดือน ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ตำแหน่ง เพศ และอายุ (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 10)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 11 ถึง ตารางที่ 14)

ตอนที่ 3 ปัญหาที่องค์กร / กิจการพบในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 15 ถึง ตารางที่ 18)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) และระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ (ตารางที่ 19 ถึง ตารางที่ 28)

ตอนที่ 5 ปัญหาที่องค์กร / กิจการพบในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) และระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ (ตารางที่ 29 ถึง ตารางที่ 38)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร / กิจกรรม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกจ้างองค์กร

ประเภทองค์กร / กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ภาคธุรกิจ	40	35.1
ภาคสถาบันและรัฐ	74	64.9
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกจ้างองค์กรอยู่ในภาคสถาบันและรัฐจำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 64.9 รองลงมาคือ ภาคธุรกิจ ร้อยละ 35.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกจ้างองค์กรภาคธุรกิจ จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทองค์กร / กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ภาคผลิต	11	27.5
ภาคบริการ	23	57.5
ภาคการค้า	6	15.0
รวม	40	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกจ้างภาคธุรกิจอยู่ในภาคบริการจำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ ภาคผลิต ร้อยละ 27.5 และภาคการค้า ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกค้ำองค์กรภาคสถาบันและรัฐ จำแนกตามประเภทขององค์การ / กิจกรรม

ประเภทองค์การ / กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
สถานศึกษา	38	51.3
สถานพยาบาล	5	6.8
รัฐวิสาหกิจ	5	6.8
สมาคมหรือมูลนิธิ	5	6.8
ภาคการปกครอง	5	6.8
อื่นๆ	16	21.5
รวม	74	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ำองค์กรภาคสถาบันและรัฐอยู่ในประเภทสถานศึกษาจำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 51.3 ประเภทอื่นๆ ได้แก่ การคลัง เกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 21.5 และประเภทสถานพยาบาล รัฐวิสาหกิจ สมาคมหรือมูลนิธิ ภาคการปกครอง ร้อยละ 6.8 เท่ากัน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องเขียน

ความถี่ในการซื้อเครื่องเขียน	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	18	15.8
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	11	9.6
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	19	16.7
เดือนละ 2 ครั้ง	25	21.9
เดือนละ 1 ครั้ง	27	23.7
นานๆ ครั้ง	14	12.3
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าลูกค้ำมีความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ เดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 21.9 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 16.7 สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ร้อยละ 15.8 นานๆ ครั้ง ร้อยละ 12.3 และสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ร้อยละ 9.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามงบประมาณในการซื้อเครื่องเขียนเฉลี่ย ต่อเดือน

งบประมาณเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	44	38.6
10,000-50,000 บาท	47	41.2
50,001-100,000 บาท	15	13.2
มากกว่า 100,000 บาท	8	7.0
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าลูกค้ามีงบประมาณในการซื้อเครื่องเขียน 10,000-50,000 บาท จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 38.6 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 13.2 และมากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามจำนวนร้านจำหน่ายเครื่องเขียนที่ใช้ บริการเป็นประจำ

จำนวนร้านจำหน่ายเครื่องเขียน	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	15	13.1
2 ร้าน	36	31.6
3 ร้าน	19	16.7
มากกว่า 3 ร้าน	44	38.6
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้าใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องเขียน มากกว่า 3 ร้านเป็นประจำ จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ 2 ร้าน ร้อยละ 31.6 3 ร้าน ร้อยละ 16.7 และ 1 ร้าน ร้อยละ 13.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิชิตศิลป์

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	24	21.0
4-6 ปี	29	25.4
7-9 ปี	15	13.2
10 ปีขึ้นไป	46	40.4
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้าใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเป็นเวลา 10 ปีขึ้นไปจำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ 4-6 ปี ร้อยละ 25.4 1-3 ปี ร้อยละ 21.0 และ 7-9 ปี ร้อยละ 13.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	4	3.5
ผู้จัดการทั่วไป	2	1.8
หัวหน้า / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	33	28.9
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	64	56.1
อื่นๆ	11	9.7
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 56.1 รองลงมาคือ ตำแหน่งหัวหน้า / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 28.9 ตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการ ร้อยละ 9.7 ตำแหน่งเจ้าของกิจการ ร้อยละ 3.5 และ ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	21	18.4
หญิง	93	81.6
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 81.6 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 18.4

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	32	28.1
30-39 ปี	37	32.4
40-49 ปี	39	34.2
มากกว่า 49 ปี	6	5.3
รวม	114	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ 30-39 ปี ร้อยละ 32.4 20-29 ปี ร้อยละ 28.1 และมากกว่า 49 ปี ร้อยละ 5.3

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของถูกค่าทั้งส่วนจำกัด ลิขิตคิดป้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของถูกค่าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของทั้งส่วนจำกัด ลิขิตคิดป้ จังหวัดเชียงใหม่ - ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ												แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	8	7.0	73	64.0	33	29.0	0	0	0	0	3.78	มาก	3	
2. ความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์	7	6.1	71	62.3	27	23.7	7	7.9	0	0	3.67	มาก	4	
3. ความหลากหลายของตราสินค้า	4	3.5	45	39.5	53	46.5	9	7.9	3	2.6	3.33	ปานกลาง	10	
4. ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี, ขนาด, ลวดลาย)	2	1.8	50	43.8	50	43.8	10	8.8	2	1.8	3.35	ปานกลาง	9	

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ติชิตศิลป์ จังหวัด เชียงใหม่ – ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
5. ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์	2	1.8	52	45.6	48	42.1	9	7.9	3	2.6	3.36	ปานกลาง	8		
6. ความใหม่ของผลิตภัณฑ์	12	10.5	48	42.1	46	40.4	7	6.1	1	0.9	3.55	มาก	6		
7. ความสวยงาม เรียบร้อยของหีบห่อ และดูบรรจุผลิตภัณฑ์	8	7.0	47	41.3	50	43.8	9	7.9	0	0	3.47	ปานกลาง	7		
8. ความรวดเร็วในการบริการ	22	19.3	53	46.5	33	28.9	5	4.4	1	0.9	3.79	มาก	2		
9. การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์	26	22.8	59	51.8	24	21.0	4	3.5	1	0.9	3.92	มาก	1		

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่ซื้อสินค้าที่มีต่อส่วนประกอบการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด กิจศิริศิลป์ จังหวัด เชียงใหม่ – ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
10. การแก้ไขข้อตำหนิของผู้ซื้อ (Complaints)	9	7.9	55	48.3	47	41.2	3	2.6	0	0	3.61	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม											3.58	มาก	



ลิขสิทธิ์สงวนโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

จากตารางที่ 11 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 8.8 ระดับมากร้อยละ 48.6 ระดับปานกลางร้อยละ 36.1 ระดับน้อย ร้อยละ 5.5 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 1.0 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ การแลกเปลี่ยน และรับคืนผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความรวดเร็วในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.79) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) การแก้ไขข้อตำหนิของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) และความใหม่ของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางตามลำดับคือ ความสวยงาม เรียบร้อยของหีบห่อ และถุงบรรจุผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี, ขนาด, ลวดลาย) (ค่าเฉลี่ย 3.35) และความหลากหลายของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลดีปี้ จังหวัดเชียงใหม่ – ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. การติดป้ายราคาสินค้า	4	3.5	43	37.7	47	41.2	20	17.6	0	0	0	0	3.27	ปานกลาง	4
2. ราคาขาย	13	11.4	42	36.9	56	49.1	3	2.6	0	0	0	0	3.57	มาก	3
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	17	14.9	48	42.1	47	41.2	2	1.8	0	0	0	0	3.70	มาก	2
4. การต่อรองราคา	4	3.5	39	34.2	48	42.1	17	14.9	6	5.3	0	0	3.16	ปานกลาง	5
5. ระบบการให้สินเชื่อ	50	43.8	52	45.6	10	8.8	2	1.8	0	0	0	0	4.32	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม												3.60	มาก		

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 15.4 ระดับมากร้อยละ 39.3 ระดับปานกลางร้อยละ 36.5 ระดับน้อยร้อยละ 7.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 1.1 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ ระบบการให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และราคาขาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางกับการคิดป้ายราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการต่อรองราคา (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของถูกคำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ถิขิตคิดปี จังหวัดเชียงใหม่ -
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ		
	มากที่สุด			มาก			ปานกลาง			น้อย						จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
1. ร้านตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถเห็นได้	22	19.3	52	45.6	33	28.9	6	5.3	1	0.9	3.77	4					
2. ที่จอดรถ	1	0.9	13	11.4	39	34.2	45	39.5	16	14.0	2.46	7					
3. การมีสินค้าพร้อมขาย	14	12.3	72	63.1	26	22.8	2	1.8	0	0	3.86	3					
4. บรรยากาศ และการจัด สินค้าในร้าน	4	3.5	28	24.6	64	56.1	18	15.8	0	0	3.16	6					
5. การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ รวดเร็วทันใจ	17	14.9	61	53.5	29	25.4	7	6.2	0	0	3.77	4					
6. การที่สินค้าถึงมือโดย ไม่ชำรุดเสียหาย	21	18.4	69	60.5	21	18.4	3	2.7	0	0	3.95	2					
7. ความถูกต้องในการจัด ส่งผลิตภัณฑ์	26	22.8	63	55.3	23	20.2	2	1.7	0	0	3.99	1					
ค่าเฉลี่ยรวม												3.57	มาก				

จากตารางที่ 13 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 13.2 ระดับมากร้อยละ 44.9 ระดับปานกลางร้อยละ 29.4 ระดับน้อยร้อยละ 10.4 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 2.1 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การมีสินค้าพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และร้านตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถเห็นได้ และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็วทันใจ (ค่าเฉลี่ย 3.77 เท่ากัน) ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านบรรยากาศ และการจัดสินค้าในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.16) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับน้อยกับปัจจัยด้านที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.46)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัด เชียงใหม่ – ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
5. ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	8	7.0	72	63.2	29	25.4	5	4.4	0	0	3.73	3	มาก		
6. ความซื่ออกเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าของพนักงานขาย	10	8.8	66	57.9	34	29.8	3	2.6	1	0.9	3.71	4	มาก		
7. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย	7	6.1	64	56.2	40	35.1	3	2.6	0	0	3.66	5	มาก		
8. ความสามารถของพนักงานขายในการแนะนำสินค้า และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์	7	6.1	59	51.8	42	36.8	5	4.4	1	0.9	3.58	6	มาก		

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของถูกคำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ถิซิดชิดปี จังหวัด เชียงใหม่ – ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
9. การให้บริการ และการแก้ปัญหาที่ลูกค้าของพนักงานขาย	6	5.3	58	50.8	43	37.7	6	5.3	1	0.9	1	0.9	3.54	7
10. การจัดทำใบเสนอราคา	8	7.0	49	43.0	44	38.6	11	9.6	2	1.8	2	1.8	3.44	8
11. การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์	22	19.3	57	50.0	28	24.5	6	5.3	1	0.9	1	0.9	3.82	1
	ค่าเฉลี่ยรวม											3.49	ปานกลาง	

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 7.2 ระดับมากร้อยละ 46.7 ระดับปานกลางร้อยละ 36.1 ระดับน้อยร้อยละ 8.1 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 1.9 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสามารถของพนักงานขายในการแนะนำสินค้า และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการให้บริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ การจัดทำใบเสนอราคา (ค่าเฉลี่ย 3.44) การแสดงออกและการแต่งกายของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) จำนวนพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

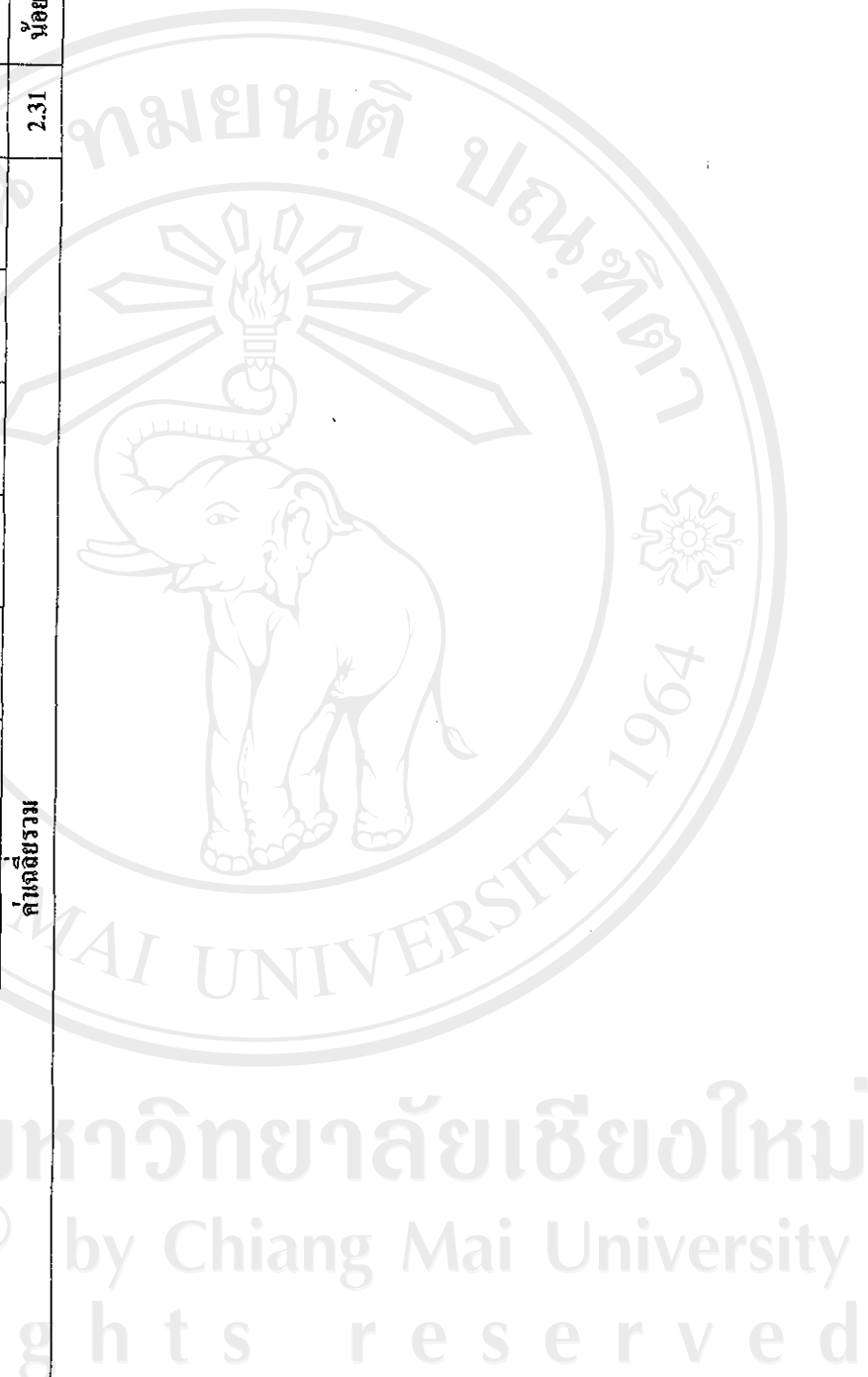
ตอนที่ 3 ปัญหาที่องค์กร / กิจการพบในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตคิดปี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตคิดปี จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา												ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. สินค้าไม่มีคุณภาพ	1	0.9	3	2.6	45	39.5	49	43.0	16	14.0	2.33	น้อย	5		
2. สินค้ามีให้เลือกน้อย	1	0.9	14	12.3	54	47.3	35	30.7	10	8.8	2.66	ปาน กลาง	1		
3. สินค้าต่ำส่มย	4	3.5	5	4.4	42	36.8	53	46.5	10	8.8	2.47	น้อย	2		
4. สินค้าชำรุด	0	0	6	5.3	25	21.9	68	59.6	15	13.2	2.19	น้อย	7		
5. สินค้ามีสภาพเก่า	3	2.6	7	6.2	35	30.7	55	48.2	14	12.3	2.39	น้อย	3		
6. หีบห่อ และถุงใส่สินค้าไม่สวยงาม และไม่เรียบร้อย	0	0	9	7.9	43	37.7	45	39.5	17	14.9	2.39	น้อย	3		
7. การบริการล่าช้า	1	0.9	3	2.6	38	33.3	54	47.4	18	15.8	2.25	น้อย	6		
8. ไม่มีทางเลือกเปลี่ยนหรือรับคืนสินค้าบางรายการ	1	0.9	3	2.6	22	19.3	53	46.5	35	30.7	1.96	น้อย	9		

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลปี จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
9. ไม่มีบริการแก้ไขข้อ ตำหนิของลูกค้า (Complaints)	1	0.9	5	4.4	27	23.7	56	49.1	25	21.9	2.13	น้อย	8
ค่าเฉลี่ยรวม											2.31	น้อย	



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
All rights reserved
by Chiang Mai University

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.31 ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.2 ระดับมากร้อยละ 5.3 ระดับปานกลางร้อยละ 32.3 ระดับน้อยร้อยละ 45.6 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 15.6 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ามีปัญหาในระดับปานกลางกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์คือ สินค้ามีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.66) และมีปัญหาระดับน้อยกับปัญหาด้านอื่นๆ เรียงตามลำดับคือ สินค้าต่ำสมัข (ค่าเฉลี่ย 2.47) สินค้ามีสภาพเก่า และหีบห่อและถุงใส่สินค้าไม่สวยงามและไม่เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39 เท่ากัน) สินค้าไม่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.33) การบริการล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 2.25) สินค้าชำรุด (ค่าเฉลี่ย 2.19) ไม่มีการแก้ไขข้อตำหนิข้อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.13) และ ไม่มีการแลกเปลี่ยนหรือรับคืนสินค้าบางรายการ (ค่าเฉลี่ย 1.96)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านราคาในการใช้บริการของทั้งส่วนจำกัด ดิจิตัลปี จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา												ค่าเฉลี่ย	เกรด	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ป้ายแสดงราคาสินค้าไม่ชัดเจน	0	0	10	8.8	43	37.7	51	44.7	10	8.8	2.46	น้อย	3		
2. ราคาขายไม่คงที่	1	0.9	3	2.6	32	28.1	57	50.0	21	18.4	2.18	น้อย	5		
3. ราคาแพงกว่าที่อื่น	0	0	7	6.1	42	36.8	49	43.0	16	14.1	2.35	น้อย	4		
4. ต่อร์งราคาได้ไม่มาก	4	3.5	21	18.4	45	39.5	37	32.5	7	6.1	2.81	ปานกลาง	1		
5. ไม่มีส่วนลด	6	5.3	20	17.5	37	32.5	43	37.7	8	7.0	2.76	ปานกลาง	2		
ค่าเฉลี่ยรวม												2.50	ปานกลาง		

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ำมีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ทั้งนี้ลูกค้ำมีปัญหาในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.9 ระดับมากร้อยละ 10.7 ระดับปานกลางร้อยละ 34.9 ระดับน้อยร้อยละ 41.6 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 10.9 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อระดับของปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ ต่อรองราคาไม่ได้มาก (ค่าเฉลี่ย 2.81) และไม่มีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 2.76) และมีค่าเฉลี่ยของระดับของปัญหาในระดับน้อยกับป้ายแสดงราคาสินค้าไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.46) ราคาแพงกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 2.35 เท่ากัน) และราคาขายไม่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.18)

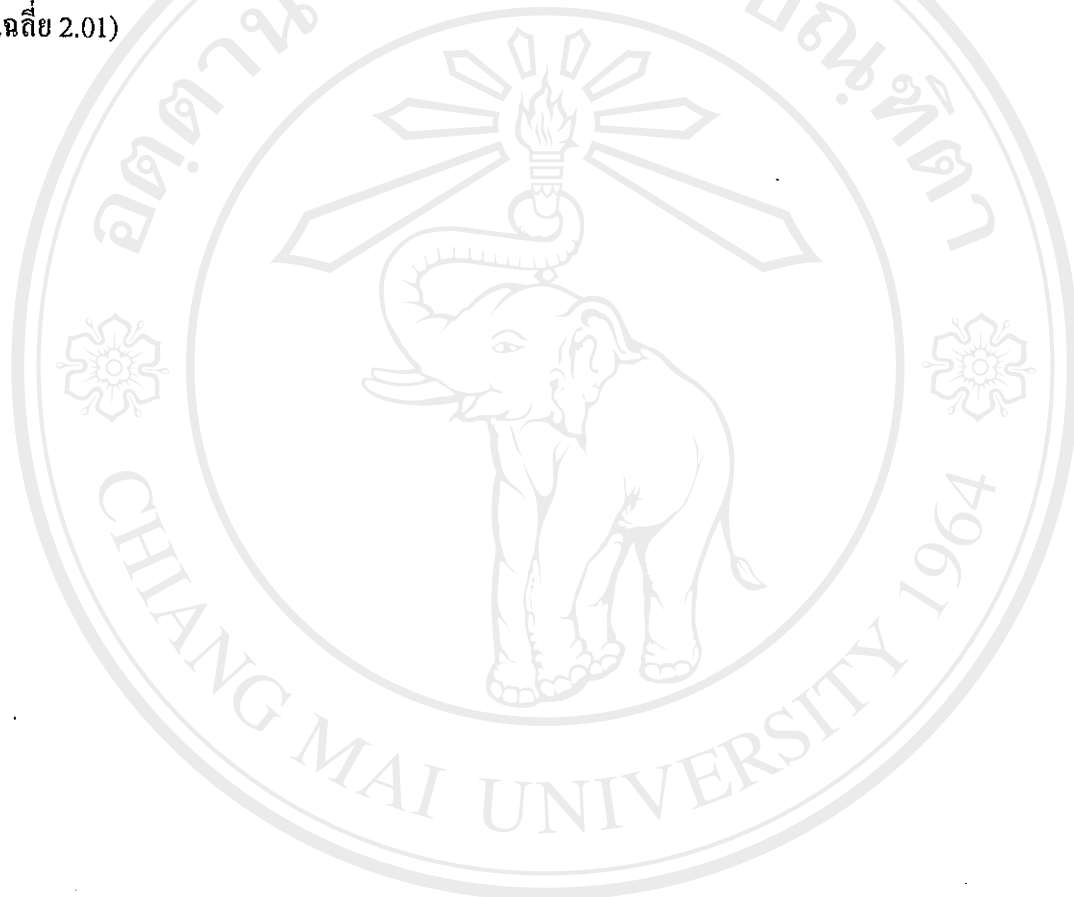


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตอลปี จังหวัด เชียงใหม่

ปัญหา	ระดับของปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย																	
1. มีขี้อร่าไม่เห็นอย่างเด่นชัด	3	2.6	8	7.0	35	30.7	46	40.4	22	19.3	22	19.3	2.33	น้อย	2		
2. ที่จอดรถมีน้อย	32	28.1	31	27.2	22	19.3	22	19.3	7	6.1	7	6.1	3.52	มาก	1		
3. การชำระค่างวดสินค้าที่จัดตั้ง	0	0	6	5.3	20	17.5	64	56.1	24	21.1	24	21.1	2.07	น้อย	3		
4. ความไม่ถูกต้อง และไม่เรียบร้อยของสินค้าที่จัดตั้ง	0	0	3	2.6	25	22.0	56	49.1	30	26.3	30	26.3	2.01	น้อย	4		
	ค่าเฉลี่ยรวม												2.50	ปานกลาง			

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุดร้อยละ 7.7 ระดับมากร้อยละ 10.5 ระดับปานกลางร้อยละ 22.4 ระดับน้อยร้อยละ 41.2 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 18.2 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากกับปัญหาที่จ่อครมมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีปัญหาในระดับน้อยเรียงตามลำดับคือ ป้ายชื่อร้านไม่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.33) การชำระคของสินค้าที่จัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.07) และความไม่ถูกต้องและไม่เรียบร้อยของสินค้าที่จัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.01)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัด เชียงใหม่

ปัญหา	ระดับของปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
ด้านการส่งเสริมการตลาด																	
1. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	24	21.1	29	25.4	28	24.6	26	22.8	7	6.1			3.32	ปานกลาง	2		
2. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น ลดแลก แจกแถม	28	24.5	26	22.8	31	27.2	23	20.2	6	5.3			3.41	ปานกลาง	1		
3. ไม่มีการสนับสนุนจากร้านเมื่อลูกค้าจัดงานต่างๆ	11	9.6	17	14.9	35	30.7	38	33.4	13	11.4			2.78	ปานกลาง	5		
4. จำนวนของพนักงานขายมีน้อย	4	3.5	16	14.0	58	50.9	30	26.3	6	5.3			2.84	ปานกลาง	4		
5. พนักงานขายแสดงออก และแต่งกายไม่สุภาพ	0	0	9	7.9	39	34.2	47	41.2	19	16.7			2.33	น้อย	8		

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้างส่วนจำกัด ลิขิตสิทธิ์
จังหวัดเชียงใหม่

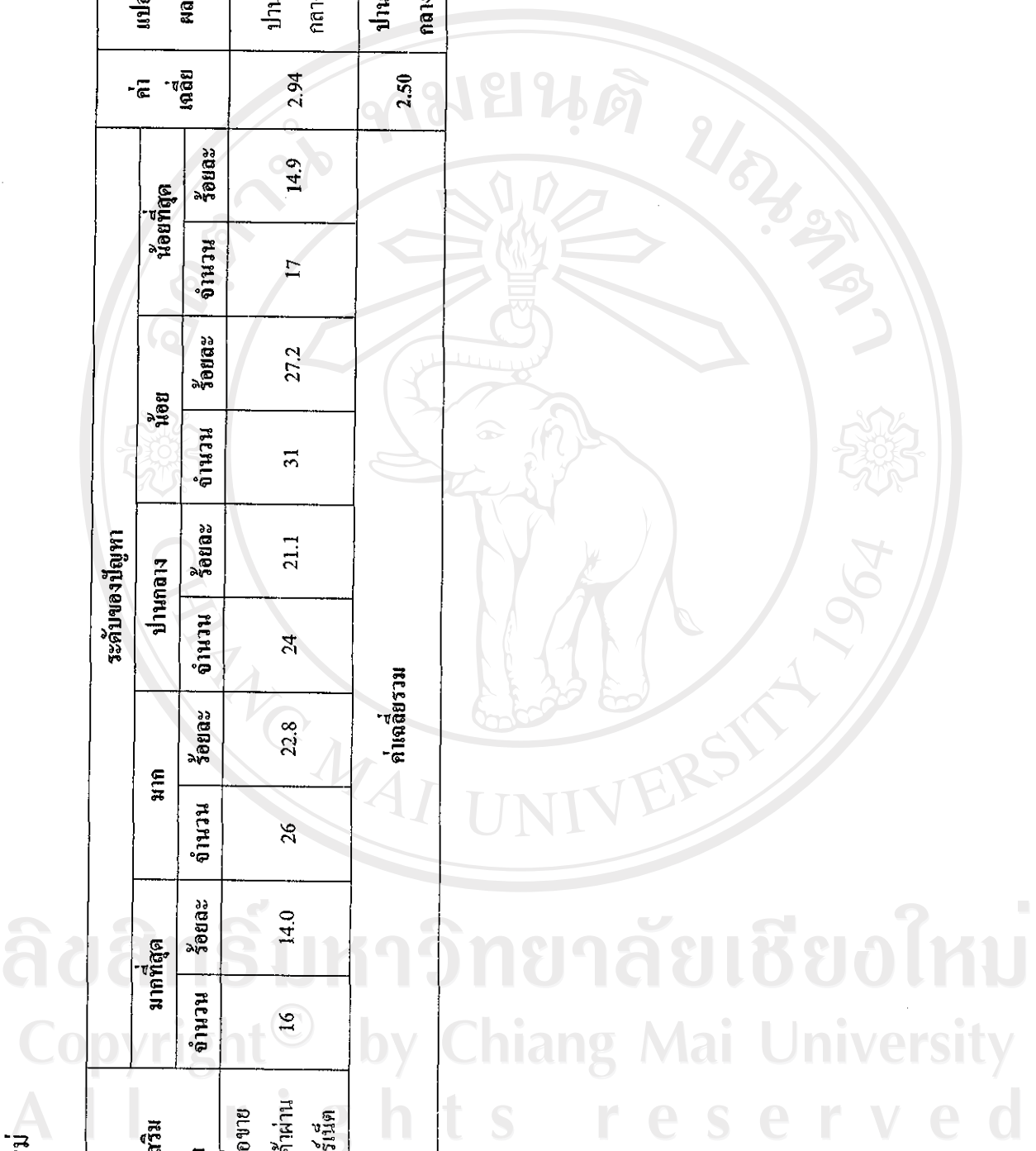
ปัญหา	ระดับของปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
ด้านการส่งเสริมการตลาด																	
6. พนักงานขายไม่มีมนุษยสัมพันธ์	0	0	4	3.5	33	28.9	54	47.4	23	20.2	2.16	น้อย	14				
7. พนักงานขายไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	2	1.8	7	6.1	30	26.3	54	47.4	21	18.4	2.25	น้อย	11				
8. พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	2	1.8	7	6.1	30	26.3	57	50.0	18	15.8	2.28	น้อย	10				
9. พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	1	0.9	3	2.6	32	28.1	59	51.7	19	16.7	2.19	น้อย	13				
10. พนักงานขายไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง	1	0.9	3	2.6	40	35.1	50	43.9	20	17.5	2.25	น้อย	11				

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้างส่วนจำกัด ลิจิตลิตปี จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ระดับของปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
11. พนักงานขายไม่สามารถให้บริการ และแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	1	0.9	6	5.3	40	35.1	51	44.7	16	14.0	2.34	น้อย	6		
12. ใบเสนอราคามีราคาสินค้าไม่ครบตามต้องการ	1	0.9	9	7.9	34	29.8	54	47.3	16	14.0	2.34	น้อย	6		
13. ความยากลำบากในการหาราคาสินค้าในใบเสนอราคา	1	0.9	7	6.1	36	31.6	53	46.5	17	14.9	2.32	น้อย	9		
14. ความยากลำบากในการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากสายโทรศัพท์ที่ไม่ว่างหรือไม่มีคนรับสาย	1	0.9	3	2.6	26	22.8	56	49.1	28	24.6	2.06	น้อย	15		

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการให้บริการของห้างส่วนจำกัด ดิจิตลิสต์ เชียงใหม่

ปัญหา	ระดับของปัญหา										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	16	14.0	26	22.8	24	21.1	31	27.2	17	14.9	2.94	ปานกลาง	3
15. ไม่มีบริการซื้อขายและคิดค้ำกับลูกค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต													
ค่าเฉลี่ยรวม											2.50	ปานกลาง	



ลิขสิทธิ์สงวนโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

จากตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้ำมีปัญหในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ทั้งนี้ลูกค้ำมีปัญหในระดับมากที่สุดร้อยละ 5.4 ระดับมากร้อยละ 10.0 ระดับปานกลางร้อยละ 30.2 ระดับน้อยร้อยละ 40.0 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 14.4 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ำมีปัญหาระดับปานกลางตามลำดับกับปัญหาต่างๆ คือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่นลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่มีบริการซื้อขาย และติดต่อกับลูกค้ำผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.94) และลูกค้ำมีปัญหาระดับปานกลางตามลำดับคือ จำนวนพนักงานขายมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.84) ไม่มีการสนับสนุนจากร้านเมื่อลูกค้ำจัดงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.78) และมีปัญหาในระดับน้อยเรียงตามลำดับคือ พนักงานขายไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้ำอย่างรวดเร็ว และใบเสนอราคามีราคาสินค้าไม่ครบตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.34) พนักงานขายแสดงออกและแต่งกายไม่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.33) ความลำบากในการหาราคาสินค้าในใบเสนอราคา (ค่าเฉลี่ย 2.32) พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.28) พนักงานขายไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน และพนักงานขายไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.25 เท่ากัน) พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.19) พนักงานขายไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.16) และความยากลำบากในการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากสายโทรศัพท์ที่ไม่ว่างหรือไม่มีคนรับสาย (ค่าเฉลี่ย 2.06)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์การ / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) และระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทขององค์การ / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทขององค์การ / กิจการ						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาครัฐกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.90	มาก	1	3.72	มาก	3	3.78
2. ความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์	3.80	มาก	3	3.59	มาก	4	3.67
3. ความหลากหลายของตราสินค้า	3.45	ปานกลาง	8	3.27	ปานกลาง	10	3.33
4. ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี, ขนาด, ลวดลาย)	3.43	ปานกลาง	10	3.31	ปานกลาง	8	3.35
5. ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์	3.45	ปานกลาง	8	3.31	ปานกลาง	8	3.36
6. ความใหม่ของผลิตภัณฑ์	3.63	มาก	6	3.51	มาก	6	3.55
7. ความสวยงาม เรียบร้อยของหีบห่อ และดูบรรจุภัณฑ์	3.50	มาก	7	3.46	ปานกลาง	7	3.47
8. ความรวดเร็วในการบริการ	3.68	มาก	4	3.85	มาก	2	3.79
9. การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์	3.83	มาก	2	3.97	มาก	1	3.92
10. การแก้ไขข้อตำหนิของลูกค้า (Complaints)	3.68	มาก	4	3.58	มาก	5	3.61
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	มาก		3.56	มาก		3.58

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับรองสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.45 เท่ากัน และความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.43

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยในเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.27

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. การคิดป้ายราคาสินค้า	3.38	ปานกลาง	4	3.22	ปานกลาง	4	3.27
2. ราคาขาย	3.53	มาก	3	3.59	มาก	3	3.57
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.75	มาก	2	3.68	มาก	2	3.70
4. การต่อรองราคา	3.18	ปานกลาง	5	3.15	ปานกลาง	5	3.16
5. ระบบการให้สินเชื่อ	4.25	มาก	1	4.35	มาก	1	4.32
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	มาก		3.60	มาก		3.60

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบสินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.25 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การต่อรองราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.18

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบสินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.35 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การต่อรองราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.15

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจกรรม (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทองค์กร / กิจกรรม						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาครัฐกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. ร้านตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถ เห็นได้	3.73	มาก	4	3.80	มาก	5	3.77
2. ที่จอดรถ	2.38	ปานกลาง	7	2.50	ปานกลาง	7	2.46
3. การมีสินค้าพร้อมขาย	3.93	มาก	3	3.82	มาก	4	3.86
4. บรรยากาศ และการจัดสินค้า ในร้าน	3.15	ปานกลาง	6	3.16	ปานกลาง	6	3.16
5. การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็วทันใจ	3.63	มาก	5	3.85	มาก	3	3.77
6. การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ ชำรุดเสียหาย	4.00	มาก	2	3.92	มาก	2	3.95
7. ความถูกต้องในการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์	4.03	มาก	1	3.97	มาก	1	3.99
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55	มาก		3.57	มาก		3.57

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้าภาครัฐกิจมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอดรถ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.38

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอดรถ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.50

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. การสนับสนุนของร้าน เมื่อลูกค้ามีการจัดงาน ต่างๆ	3.15	ปาน กลาง	10	2.96	มาก	11	3.03
2. จำนวนพนักงานขาย	3.05	ปาน กลาง	11	3.07	ปาน กลาง	9	3.06
3. การแสดงออกและการ แต่งกายของพนักงานขาย	3.23	ปาน กลาง	9	3.07	ปาน กลาง	9	3.12
4. ความสุภาพ และมี มนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขาย	3.88	มาก	1	3.66	มาก	4	3.74
5. ความกระตือรือร้นใน การปฏิบัติงานของ พนักงานขาย	3.83	มาก	2	3.68	มาก	3	3.73
6. ความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า ของพนักงานขาย	3.75	มาก	4	3.69	มาก	2	3.71
7. ความรู้เกี่ยวกับผลิต ภัณฑ์ของพนักงานขาย	3.83	มาก	2	3.57	มาก	5	3.66
8. ความสามารถของ พนักงานขายในการแนะนำ สินค้า และการอธิบาย ถึงคุณภาพ และประโยชน์ ใช้สอยของผลิตภัณฑ์	3.60	มาก	6	3.57	มาก	5	3.58

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาครัฐกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
9. การให้บริการ และการ แก้ปัญหาให้ลูกค้าของ พนักงานขาย	3.55	มาก	7	3.54	มาก	7	3.54
10. การจัดทำใบเสนอ ราคา	3.33	ปาน กลาง	8	3.50	มาก	8	3.44
11. การติดต่อกับลูกค้า ทางโทรศัพท์	3.70	มาก	5	3.88	มาก	1	3.82
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	มาก		3.47	ปาน กลาง		3.49

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้าภาครัฐกิจมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.88 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.05

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.88 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยในเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.96

ตารางที่ 23 (สรุปตารางที่ 19-22) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจกรรม (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ปัจจัย	ประเภทขององค์กร / กิจกรรม							
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	มาก	1	3.56	มาก	3	3.58	มาก
2. ด้านราคา	3.62	มาก	2	3.60	มาก	1	3.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.55	มาก	3	3.57	มาก	2	3.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54	มาก	4	3.47	ปานกลาง	4	3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	มาก		3.55	มาก		3.56	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.62 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.54

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยด้านราคาเป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.57 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.56 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.47

All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อสวนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วน จำกัด กิจพิสัย

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ																		ค่าเฉลี่ยรวม						
	1-3 ปี						4-6 ปี						7-9 ปี							10 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ							
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.71	มาก	1	3.79	มาก	2	3.73	มาก	2	3.83	มาก	2	3.83	มาก	2	3.78	มาก	2	3.78						
2. ความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	4	3.59	มาก	6	3.47	ปานกลาง	4	3.78	มาก	4	3.78	มาก	3	3.67	มาก	3	3.67						
3. ความหลากหลายของตราสินค้า	3.25	ปานกลาง	10	3.41	ปานกลาง	9	3.07	ปานกลาง	9	3.41	ปานกลาง	9	3.41	ปานกลาง	7	3.33	ปานกลาง	7	3.33						
4. ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี, ขนาด, ลวดลาย)	3.42	ปานกลาง	8	3.38	ปานกลาง	10	3.07	ปานกลาง	9	3.39	ปานกลาง	9	3.39	ปานกลาง	8	3.35	ปานกลาง	8	3.35						
5. ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์	3.29	ปานกลาง	9	3.45	ปานกลาง	8	3.20	ปานกลาง	8	3.39	ปานกลาง	8	3.39	ปานกลาง	8	3.36	ปานกลาง	8	3.36						
6. ความใหม่องผลิตภัณฑ์	3.63	มาก	7	3.72	มาก	4	3.47	ปานกลาง	4	3.43	ปานกลาง	4	3.43	ปานกลาง	6	3.55	ปานกลาง	6	3.55						

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด กิจจิตศิลป์

เลขหมู่..... ๐๒๑๙๓ e.3
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
7. ความสวยงาม เรียบร้อย ของหีบห่อ และถุงบรรจุ ผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	4	3.59	มาก	6	3.40	ปาน กลาง	6	3.33	ปาน กลาง	10	3.47
8. ความรวดเร็วในการ บริการ	3.71	มาก	1	3.90	มาก	1	3.87	มาก	3	3.74	มาก	4	3.79
9. การแลกเปลี่ยนและรับ คืนผลิตภัณฑ์	3.71	มาก	1	3.79	มาก	2	4.20	มาก	1	4.02	มาก	1	3.92
10. การแก้ไขข้อตำหนิของ ลูกค้ำ (Complaints)	3.67	มาก	4	3.69	มาก	5	3.27	ปาน กลาง	6	3.65	มาก	5	3.61
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57	มาก		3.63	มาก		3.48			3.60	มาก		3.58

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการบริการ และการแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.71 เท่ากัน และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.25

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความรวดเร็วในการบริการ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.38

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า และความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) เป็นลำดับ สุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.07 เท่ากัน

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความสวยงาม เรียบร้อยของหีบห่อและบรรจุผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.33

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกคัดต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด
ลิขิตศิลป์

ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ย รวม					
	1-3 ปี					4-6 ปี					7-9 ปี						10 ปีขึ้นไป				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
1. การคิดป้ายราคาสินค้า	3.33	ปานกลาง	5	3.17	ปานกลาง	5	3.33	ปานกลาง	4	3.28	ปานกลาง	5	3.27	ปานกลาง	5	3.27	ปานกลาง	5			
2. ราคาขาย	3.46	ปานกลาง	3	3.83	มาก	3	3.53	มาก	3	3.48	ปานกลาง	4	3.57	มาก	3	3.57	ปานกลาง	4			
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.63	มาก	2	3.97	มาก	2	3.73	มาก	2	3.57	มาก	2	3.70	มาก	3	3.70	มาก	3			
4. การต่อรองราคา	3.38	ปานกลาง	4	3.28	ปานกลาง	4	3.20	ปานกลาง	5	3.96	มาก	2	3.16	ปานกลาง	4	3.16	ปานกลาง	4			
5. ระบบการให้สินเชื่อ	4.13	มาก	1	4.45	มาก	1	4.20	มาก	1	4.37	มาก	1	4.32	มาก	1	4.32	มาก	1			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	มาก		3.74	มาก		3.60	มาก		3.73	มาก		3.60	มาก		3.60	มาก				

จากตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การติดป้ายราคาสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.33

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.45 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การติดป้ายราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.17

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การต่อรองราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.20

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.37 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การติดป้ายราคาสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.28

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ที่ต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลปี

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			ค่าเฉลี่ย รวม			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ				
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย																
1. ร้านตั้งอยู่บนทำเลที่ สามารถเห็นได้	3.71	มาก	4	3.83	มาก	5	3.60	มาก	4	3.83	มาก	2	3.77			
2. ที่จอดรถ	2.42	น้อย	7	2.38	น้อย	7	2.67	ปาน กลาง	7	2.46	น้อย	7	2.46			
3. การมีสินค้าพร้อมขาย	3.96	มาก	2	4.03	มาก	3	3.60	มาก	4	3.78	มาก	3	3.86			
4. บรรยากาศและการจัด สินค้าในร้าน	3.25	ปาน กลาง	6	3.17	ปาน กลาง	6	3.07	ปาน กลาง	6	3.13	ปาน กลาง	5	3.16			
5. การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ รวดเร็วทันใจ	3.63	มาก	5	3.93	มาก	4	4.00	มาก	2	3.67	มาก	5	3.77			
6. การที่สินค้าถึงมือ โดยไม่ ชำรุดเสียหาย	4.00	มาก	1	4.21	มาก	1	4.00	มาก	2	3.74	มาก	4	3.95			

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตคิดปี

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ยรวม	
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
ด้านช่องทาง														
การจัดจำหน่าย														
7. ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	3.96	มาก	2	4.10	มาก	2	4.20	มาก	1	3.87	มาก	1	3.99	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56	มาก		3.66	มาก		3.59	มาก		3.50	มาก		3.57	



ลิขสิทธิ์สงวนโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

จากตารางที่ 26 พบว่า ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.00 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.42

ถูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.21 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.38

ถูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.67

ถูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.46

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวนตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด ดิจิตลิตปี

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			ค่าเฉลี่ย รวม			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ				
1. การสนับสนุนของร้าน เมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ	2.83	ปาน กลาง	11	3.24	ปาน กลาง	10	3.13	ปาน กลาง	10	2.96	ปาน กลาง	9	3.03			
2. จำนวนพนักงานขาย	3.04	ปาน กลาง	10	3.28	ปาน กลาง	9	3.07	ปาน กลาง	11	2.93	ปาน กลาง	11	3.06			
3. การแสดงออกและการ แต่งกายของ พนักงานขาย	3.17	ปาน กลาง	9	3.31	ปาน กลาง	11	3.20	ปาน กลาง	9	2.96	ปาน กลาง	9	3.12			
4. ความสุภาพ และมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานขาย	3.50	มาก	5	4.03	มาก	1	3.80	มาก	2	3.65	มาก	3	3.74			
5. ความกระตือรือร้นใน การปฏิบัติงานของ พนักงานขาย	3.67	มาก	1	3.79	มาก	5	3.73	มาก	4	3.72	มาก	1	3.73			
6. ความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า ของพนักงานขาย	3.58	มาก	4	3.93	มาก	3	3.80	มาก	2	3.61	มาก	4	3.71			

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ศึกษาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ยรวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
ด้านการส่งเสริมการตลาด													
7. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย	3.63	มาก	3	3.90	มาก	4	3.73	มาก	4	3.50	มาก	5	3.66
8. ความสามารถของพนักงานขายในการแนะนำสินค้า และการอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์	3.50	มาก	5	3.72	มาก	6	3.67	มาก	6	3.50	มาก	5	3.58
9. การให้บริการ และการแก้ปัญหาให้ผู้ลูกค้าของพนักงานขาย	3.38	ปานกลาง	8	3.72	มาก	6	3.60	มาก	7	3.50	มาก	5	3.54
10. การจัดทำใบเสนอราคา	3.46	ปานกลาง	7	3.45	ปานกลาง	8	3.40	ปานกลาง	8	3.43	ปานกลาง	8	3.44

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตติศิลป์

ส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
ด้านการส่งเสริมการตลาด													
11. การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์	3.67	มาก	1	3.97	มาก	2	4.07	มาก	1	3.72	มาก	1	3.82
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	ปานกลาง		3.67	มาก		3.56	มาก		3.40	ปานกลาง		3.49



ลิขสิทธิ์ในเอกสารนี้สงวนไว้สำหรับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และการติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.83

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การแสดงออกและการแต่งกายของพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.31

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.07 และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.07

ลูกค้ำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 โดยมีความพึงพอใจเฉลี่ยในเรื่อง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และการติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.72 เท่ากัน และมีความพึงพอใจเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.93

ตารางที่ 28 (สรุปตารางที่ 24-27) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลบี

ปัจจัย	ระยะเวลาการใช้บริการ													
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.57	มาก	2	3.63	มาก	4	3.48	ปานกลาง	4	3.60	มาก	2	3.58	มาก
2. ด้านราคา	3.59	มาก	1	3.74	มาก	1	3.60	มาก	1	3.73	มาก	1	3.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	มาก	3	3.66	มาก	3	3.59	มาก	2	3.50	มาก	3	3.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	ปานกลาง	4	3.67	มาก	2	3.56	มาก	3	3.40	ปานกลาง	4	3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	มาก		3.68	มาก		3.56	มาก		3.56	มาก		3.56	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยด้านราคา เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.57 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.56 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.40

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในด้านราคา เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.67 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.66 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.63

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในด้านราคา เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.60 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.59 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.56 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.48

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในด้านราคา เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.60 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.50 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.40

ตอนที่ 5 ปัญหาที่องค์กร / กิจกรรมพบในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำกัดตามประเภทขององค์กร / กิจกรรม (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) และระยะเวลาที่ให้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำกัดตามประเภทขององค์กร / กิจกรรม (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทองค์กร / กิจกรรม						ค่าเฉลี่ยรวม
	ภาครัฐกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. สินค้าไม่มีคุณภาพ	2.20	น้อย	6	2.41	น้อย	4	2.33
2. สินค้ามีให้เล็กน้อย	2.58	ปานกลาง	1	2.70	ปานกลาง	1	2.66
3. สินค้าล้าสมัย	2.28	น้อย	4	2.58	ปานกลาง	2	2.47
4. สินค้าชำรุด	2.00	น้อย	9	2.30	น้อย	6	2.19
5. สินค้ามีสภาพเก่า	2.35	น้อย	2	2.41	น้อย	4	2.39
6. หีบห่อ และถุงใส่สินค้าไม่สวยงาม และไม่เรียบร้อย	2.30	น้อย	3	2.43	น้อย	3	2.39
7. การบริการล่าช้า	2.28	น้อย	4	2.24	น้อย	7	2.25
8. ไม่มีการแลกเปลี่ยนหรือรับคืนสินค้าบางรายการ	2.13	น้อย	8	1.88	น้อย	9	1.96
9. ไม่มีการแก้ไขข้อตำหนิของลูกค้า (Complaints)	2.20	น้อย	6	2.09	น้อย	8	2.13
ค่าเฉลี่ยรวม	2.26	น้อย		2.34	น้อย		2.31

จากตารางที่ 29 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.26 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.58

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.34 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.70



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านราคาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจกรรม (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบัน และรัฐ)

ปัญหา ด้านราคา	ประเภทองค์กร / กิจกรรม						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. ป้ายแสดงราคาสินค้าไม่ชัดเจน	2.45	น้อย	5	2.47	น้อย	3	2.46
2. ราคาขายไม่คงที่	2.65	ปานกลาง	3	2.20	น้อย	5	2.18
3. ราคาแพงกว่าที่อื่น	2.48	น้อย	4	2.28	น้อย	4	2.35
4. ต่อรองราคาได้ไม่มาก	2.88	ปานกลาง	1	2.77	ปาน กลาง	1	2.81
5. ไม่มีส่วนลด	2.88	ปานกลาง	1	2.70	ปาน กลาง	2	2.76
ค่าเฉลี่ยรวม	2.67	ปานกลาง		2.48	น้อย		2.50

จากตารางที่ 30 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาค่าการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.67 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก และไม่มีส่วนลด เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.88 เท่ากัน

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาค่าการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.77

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด	2.48	น้อย	2	2.26	น้อย	2	2.33
2. ที่จอดรถมีน้อย	3.58	มาก	1	3.49	ปานกลาง	1	3.52
3. การชำระค่างานสินค้าที่จัดส่ง	2.00	น้อย	4	2.11	น้อย	3	2.07
4. ความไม่ถูกต้อง และไม่เรียบร้อยของสินค้าที่จัดส่ง	2.05	น้อย	3	1.99	น้อย	4	2.01
ค่าเฉลี่ยรวม	2.53	ปานกลาง		2.46	น้อย		2.50

จากตารางที่ 31 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาค่าเฉลี่ยในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.53 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอดรถมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.58

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาค่าเฉลี่ยในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.46 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอดรถมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.49

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด ลีจิตศิลป์ จำกัดตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กร
ภาคสถาบันและรัฐ)

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ย รวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
1. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.23	ปานกลาง	2	3.38	ปาน กลาง	2	3.32
2. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วย วิธีต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม	3.40	มาก	1	3.42	ปาน กลาง	1	3.41
3. ไม่มีการสนับสนุนจากร้านเมื่อ ลูกค้าจัดงานต่างๆ	2.73	ปานกลาง	5	2.81	ปาน กลาง	5	2.78
4. จำนวนของพนักงานขายมีน้อย	2.75	ปานกลาง	4	2.89	ปาน กลาง	4	2.84
5. พนักงานขายแสดงออก และ แต่งกายไม่สุภาพ	2.17	น้อย	12	2.42	น้อย	7	2.33
6. พนักงานขายไม่มีมนุษย สัมพันธ์	2.08	น้อย	14	2.20	น้อย	14	2.16
7. พนักงานขายไม่มีความคล่อง แคล่วในการปฏิบัติงาน	2.20	น้อย	10	2.28	น้อย	12	2.25
8. พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความ ต้องการของลูกค้า	2.30	น้อย	7	2.27	น้อย	13	2.28
9. พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยว กับสินค้า	2.20	น้อย	10	2.46	น้อย	6	2.19
10. พนักงานขายไม่สามารถ อธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง	2.15	น้อย	13	2.31	น้อย	11	2.25
11. พนักงานขายไม่สามารถให้ บริการ และแก้ปัญหาของลูกค้า อย่างรวดเร็ว	2.33	น้อย	6	2.35	น้อย	9	2.34
12. โบนัสราคาไม่ราคาสินค้าไม่ ครบตามต้องการ	2.30	น้อย	7	2.36	น้อย	8	2.34

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทองค์กร / กิจการ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	
13. ความยากลำบากในการหาราคาสินค้าในใบเสนอราคา	2.28	น้อย	9	2.34	น้อย	10	2.32
14. ความยากลำบากในการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากสายโทรศัพท์ไม่ว่างหรือไม่มีคนรับสาย	2.03	น้อย	15	2.08	น้อย	15	2.06
15. ไม่มีบริการซื้อขาย และติดต่อกับลูกค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	2.78	ปานกลาง	3	3.03	ปานกลาง	3	2.94
ค่าเฉลี่ยรวม	2.46	น้อย		2.57	ปานกลาง		2.50

จากตารางที่ 32 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.46 โดยมีปัญหาเรื่องไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.40

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.57 โดยมีปัญหาเรื่องไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.42

ตารางที่ 33 (สรุปตารางที่ 29-32) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำกัดตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และ องค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ปัจจัย	ประเภทขององค์กร / กิจการ							
	ภาคธุรกิจ			ภาคสถาบันและรัฐ			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.26	น้อย	4	2.34	น้อย	4	2.31	น้อย
2. ด้านราคา	2.67	ปานกลาง	1	2.48	น้อย	2	2.50	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.53	ปานกลาง	2	2.46	น้อย	3	2.50	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.46	น้อย	3	3.47	ปานกลาง	1	2.50	ปานกลาง
รวม	2.48	น้อย		2.69	ปานกลาง		2.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาด้านราคา เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.67 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.53 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.46 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.26

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.69 โดยมีปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 2.48 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.46 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.34

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลคีย์ จำกัดตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลคีย์

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ยรวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			ค่าเฉลี่ย			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล				
1. สินค้าไม่มีคุณภาพ	2.33	6	น้อย	2.21	3	น้อย	2.33	5	น้อย	2.41	5	น้อย	2.33	2.33		
2. สินค้ามีให้เลือกน้อย	2.71	1	ปานกลาง	2.45	1	น้อย	2.93	1	ปานกลาง	2.67	1	ปานกลาง	2.66	2.66		
3. สินค้าต่ำต้อย	2.42	4	น้อย	2.38	2	น้อย	2.80	2	ปานกลาง	2.46	2	น้อย	2.47	2.47		
4. สินค้าชำรุด	2.17	9	น้อย	2.03	9	น้อย	2.27	8	น้อย	2.28	7	น้อย	2.19	2.19		
5. สินค้ามีสภาพเก่า	2.38	5	น้อย	2.14	6	น้อย	2.60	3	ปานกลาง	2.48	2	น้อย	2.39	2.39		
6. หีบห่อ และถุงใส่สินค้าไม่สวยงาม และไม่มีเรียบร้อย	2.58	2	ปานกลาง	2.07	8	น้อย	2.40	4	น้อย	2.48	2	น้อย	2.39	2.39		
7. การบริการล่าช้า	2.46	3	น้อย	2.10	7	น้อย	2.33	5	น้อย	2.22	8	น้อย	2.25	2.25		
8. สินค้าไม่มีคุณภาพ	2.33	6	น้อย	2.21	3	น้อย	2.33	5	น้อย	2.41	5	น้อย	2.33	2.33		

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของทั้งส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำนวนตามระยะเวลาในการใช้บริการของทั้งส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	
10. ไม่มีการแก้ไขข้อตำหนิของลูกค้า (Complaints)	2.17	น้อย	9	2.17	น้อย	5	2.27	น้อย	8	2.04	น้อย	9	2.13
รวม	2.39	น้อย		2.17	น้อย		2.44	น้อย		2.31	น้อย		2.31



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 34 พบว่า ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.39 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.71

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.17 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.45

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.44 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.93

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.31 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.67

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านราคาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลคีย์ จำกัดตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตัลคีย์

ปัญหา ด้านราคา	ระยะเวลาที่ใช้บริการ																		ค่าเฉลี่ย รวม						
	1-3 ปี						4-6 ปี						7-9 ปี							10 ปีขึ้นไป					
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ							
1. ป้ายแสดงราคาสินค้าไม่ชัดเจน	2.33	น้อย	2	2.52	ปาน กลาง	3	2.60	ปาน กลาง	3	2.46	น้อย	5	2.46	น้อย	5	2.46	น้อย	5	2.46						
2. ราคาขายไม่คงที่	2.33	น้อย	2	1.79	น้อย	5	2.47	น้อย	5	2.70	ปาน กลาง	3	2.47	น้อย	5	2.70	ปาน กลาง	3	2.18						
3. ราคาแพงกว่าที่อื่น	2.21	น้อย	5	2.10	น้อย	4	2.53	ปาน กลาง	4	2.52	ปาน กลาง	4	2.53	ปาน กลาง	4	2.52	ปาน กลาง	4	2.35						
4. คัดกรองราคาได้ไม่มาก	2.42	น้อย	1	2.76	ปาน กลาง	2	3.00	ปาน กลาง	1	2.98	ปาน กลาง	1	3.00	ปาน กลาง	1	2.98	ปาน กลาง	1	2.81						
5. ไม่มีส่วนลด	2.33	น้อย	2	2.86	ปาน กลาง	1	2.93	ปาน กลาง	2	2.87	ปาน กลาง	2	2.93	ปาน กลาง	2	2.87	ปาน กลาง	2	2.76						
รวม	2.32	น้อย		2.41	น้อย		2.71	ปาน กลาง		2.71	ปาน กลาง		2.71	ปาน กลาง		2.71	ปาน กลาง		2.50						

จากตารางที่ 35 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.32 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.42

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.41 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีส่วนลด เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.86

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.71 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.00

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.71 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.98

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จำกัดตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาที่ใช้บริการ												ค่าเฉลี่ย รวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			
	ค่า เฉลี่ย	อันดับ	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ	แปล ผล	
1. ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด	2.42	2	น้อย	2.24	2	น้อย	2.40	2	น้อย	2.33	น้อย	2	2.33
2. ที่จอดรถมีน้อย	3.42	1	ปาน กลาง	3.59	1	มาก	3.53	1	มาก	3.52	ปาน กลาง	1	3.52
3. การชำระค่างวดสินค้าที่จัดส่ง	2.08	3	น้อย	2.00	4	น้อย	2.20	4	น้อย	2.07	น้อย	3	2.07
4. ความไม่ถูกต้อง และไม่เรียบร้อยของสินค้าที่จัดส่ง	2.00	4	น้อย	2.03	3	น้อย	1.93	3	น้อย	2.02	น้อย	4	2.01
ค่าเฉลี่ยรวม	2.48		น้อย	2.47		น้อย	2.52		ปาน กลาง	2.49		น้อย	2.50

จากตารางที่ 36 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอตกรดมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.42

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.47 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอตกรดมีน้อย หรือค่าเฉลี่ย 3.59

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.52 โดยมีปัญหาที่จอตกรดมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.53

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.71 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอตกรดมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.52

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ใช้บริการของทั้งส่วนจำกัด ลิจิตลิตปี อำเภอดงหลวงในการใช้บริการของทั้งส่วนจำกัด ลิจิตลิตปี

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ยรวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			ค่าเฉลี่ย	ลำดับ		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล				
1. ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.33	9	น้อย	3.52	1	ปานกลาง	3.20	3	ปานกลาง	3.24	2	ปานกลาง	3.32	2	ปานกลาง	
2. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น ดด แคม แคม	3.46	5	ปานกลาง	3.48	2	ปานกลาง	3.47	1	ปานกลาง	3.33	1	ปานกลาง	3.41	1	ปานกลาง	
3. ไม่มีการสนับสนุนจากร้านเมื่อลูกค้าจัดงานต่างๆ	2.79	3	ปานกลาง	2.62	5	ปานกลาง	3.00	4	ปานกลาง	2.80	4	ปานกลาง	2.78	4	ปานกลาง	
4. จำนวนของพนักงานขายมีน้อย	2.88	1	ปานกลาง	2.55	6	ปานกลาง	3.33	2	ปานกลาง	2.85	3	ปานกลาง	2.84	3	ปานกลาง	
5. พนักงานขายแสดงออก และแต่งกายไม่สุภาพ	2.38	6	น้อย	2.17	10	น้อย	2.73	6	ปานกลาง	2.28	10	น้อย	2.33	10	น้อย	
6. พนักงานขายไม่มีมนุษยสัมพันธ์	2.33	9	น้อย	1.97	14	น้อย	2.20	14	น้อย	2.17	13	น้อย	2.16	13	น้อย	
7. พนักงานขายไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	2.33	9	น้อย	2.24	7	น้อย	2.27	13	น้อย	2.22	12	น้อย	2.25	12	น้อย	

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านกำลังเสริมการตลาดในการให้บริการของทั้งหุ้นส่วนจำกัด ลิจิตติลป จำกัดตามระยะเวลาในการให้บริการของทั้งหุ้นส่วนจำกัด ลิจิตติลป

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ															ค่าเฉลี่ยรวม
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			ค่าเฉลี่ย	รวม		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	แปลผล				
8. พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	2.38	6	น้อย	2.10	12	น้อย	2.40	10	น้อย	2.30	9	น้อย	2.28			
9. พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	2.33	9	น้อย	2.69	4	ปานกลาง	2.40	10	น้อย	2.17	13	น้อย	2.19			
10. พนักงานขายไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง	2.42	6	น้อย	2.03	13	น้อย	2.47	9	น้อย	2.24	11	น้อย	2.25			
11. พนักงานขายไม่สามารถให้บริการ และแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	2.50	4	ปานกลาง	2.14	11	น้อย	2.40	10	น้อย	2.37	7	น้อย	2.34			
12. โบนัสราคาไม่มีราคาสินค้าไม่ครบตามต้องการ	2.17	14	น้อย	2.24	7	น้อย	2.80	5	ปานกลาง	2.35	8	น้อย	2.34			
13. ความยากลำบากในการหาราคาสินค้าในใบเสนอราคา	2.08	15	น้อย	2.24	7	น้อย	2.53	8	ปานกลาง	2.41	6	น้อย	2.32			

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตลิตปี จำนวนตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดิจิตลิตปี

ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้บริการ														ค่าเฉลี่ยรวม
	1-3 ปี				4-6 ปี				7-9 ปี				10 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	
14. ความยากลำบากในการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากสายโทรศัพท์ที่ว่างหรือไม่มีคนรับสาย	2.21	น้อย	13	1.90	น้อย	15	2.07	น้อย	15	2.09	น้อย	15	2.06		
15. ไม่มีบริการซื้อขาย และติดต่อกับลูกค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	2.83	ปานกลาง	2	3.38	ปานกลาง	3	2.67	ปานกลาง	7	2.80	ปานกลาง	4	2.94		
ค่าเฉลี่ยรวม	2.49	น้อย		2.48	น้อย		2.66	ปานกลาง		2.51	ปานกลาง		2.50		

Copyright © by Chiang Mai University reserved

จากตารางที่ 37 พบว่า ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.49 โดยมีปัญหาเรื่อง จำนวนของพนักงานขายมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.88

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.52

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.66 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.47

ถูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.51 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 3.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 (สรุปตารางที่ 34-37) แสดงค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาของถูกค่าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างส่วนจำกัด ลิจิตติคัพ จำกัดตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างส่วนจำกัด ลิจิตติคัพ

ปัจจัย	ระยะเวลาการใช้บริการ													
	1-3 ปี			4-6 ปี			7-9 ปี			10 ปีขึ้นไป			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.39	น้อย	3	2.17	น้อย	4	2.44	น้อย	4	2.31	น้อย	4	2.31	น้อย
2. ด้านราคา	2.32	น้อย	4	2.41	น้อย	3	2.71	ปานกลาง	1	2.71	ปานกลาง	1	2.50	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.48	น้อย	2	2.47	น้อย	2	2.52	ปานกลาง	3	2.49	น้อย	3	2.50	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.49	น้อย	1	2.48	น้อย	1	2.66	ปานกลาง	2	2.51	น้อย	2	2.50	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.42	น้อย		2.38	น้อย		2.58	ปานกลาง		2.51	ปานกลาง		2.45	น้อย

จากตารางที่ 38 พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.42 โดยมีปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.49 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.48 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.39 และด้านราคา ค่าเฉลี่ย 2.32

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีปัญหาต่อส่วน ประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.38 โดยมีปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด เป็นลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.48 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.47 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 2.41 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.17

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีปัญหาต่อส่วน ประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.58 โดยมีปัญหาด้านราคา เป็น ลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.71 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.66 ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.52 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.44

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีปัญหาต่อ ส่วนประสมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.51 โดยมีปัญหาด้านราคา เป็น ลำดับแรก หรือค่าเฉลี่ย 2.71 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 2.51 ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 2.49 และด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.31