

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจอยู่ในภาคบริการส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ ภาคผลิต หรือร้อยละ 27.5 ลูกค้าองค์กรภาคสถาบันและรัฐส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 51.3 อยู่ในประเภทสถานศึกษา รองลงมาคือ ประเภทอื่นๆ ได้แก่ การคลัง เกษตรและสหกรณ์ หรือร้อยละ 21.5 ลูกค้ามีความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ เดือนละ 2 ครั้ง หรือร้อยละ 21.9 มีงบประมาณในการซื้อเครื่องเขียนเฉลี่ย 10,000-50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 41.2 มีร้านจำหน่ายเครื่องเขียนที่ใช้บริการเป็นประจำอยู่มากกว่า 3 ร้าน ร้อยละ 38.6 ลูกค้าใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 40.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 56.1 มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 81.6 และมีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 34.2

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60 3.58 และ 3.57 ตามลำดับ) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 8.8 ระดับมาก ร้อยละ 48.6 ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.1 ระดับน้อย ร้อยละ 5.5 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 1.0 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ (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 เรียบร้อยของหีบห่อและถุงบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) (ค่าเฉลี่ย 3.35) และความหลากหลายของตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์การ / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจเอกชน และสถาบันและรัฐ) พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับรองสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.45 เท่ากัน และความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.43

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.27

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการบริการ และการแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.71 เท่ากัน และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.25

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความรวดเร็วในการบริการ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่องความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี, ขนาด, ลวดลาย) เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.38

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า และความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) เป็นลำดับ สุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.07 เท่ากัน

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.02 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความสวยงาม เรียบร้อยของหีบห่อและถุงบรรจุผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.33

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 15.4 ระดับมาก ร้อยละ 39.3 ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.5 ระดับน้อย ร้อยละ 7.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 1.1 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ ระบบการให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ราคาขาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ การติดป้ายราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการต่อรองราคา (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจเอกชน และสถาบันและรัฐ) พบว่าลูกค้าภาคธุรกิจมีความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ระบบสินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.25 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การต่อรองราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.18

ถูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ระบบสินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.35 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การต่อรองราคา เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.15

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ พบว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การติดป้ายราคาสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.33

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

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

ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.37 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การติดป้ายราคาสินค้า เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.28

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด 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 การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็วทันใจ (ค่าเฉลี่ย 3.77 เท่ากัน) ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางกับปัจจัยบรรยากาศ

และการจัดสินค้าในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.16) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับน้อยกับปัจจัยที่จอตรด (ค่าเฉลี่ย 2.46)

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) พบว่า ถูกคำภาครธุรกิจมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.38

ถูกคำภาครสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.97 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.50

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ พบว่า ถูกคำที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.00 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.42

ถูกคำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.21 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.38

ถูกคำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.67

ถูกคำที่มีระยะเวลาใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.87 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ที่จอตรด เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.46

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 7.2 ระดับมากร้อยละ 46.7 ระดับปานกลางร้อยละ 36.1 ระดับน้อยร้อยละ 8.1 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 1.9 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้ำเรียงตามลำดับคือ การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความสามารถของพนักงานขายในการแนะนำสินค้า และการอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการให้บริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้ำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามลำดับคือ การจัดทำใบเสนอราคา (ค่าเฉลี่ย 3.44) การแสดงออกและการแต่งกายของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) จำนวนพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

เมื่อจำแนกตามประเภทองค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) พบว่า ลูกค้ำภาคธุรกิจมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.3.88 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.05

ลูกค้ำภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.88 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.96

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ พบว่า ลูกค้ำที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และการติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.83

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง การแสดงออกและการแต่งกายของพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.31

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 7-9 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 4.07 และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 3.07

ลูกค้าที่มีระยะใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 โดยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และการติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์ เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.72 เท่ากัน และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง จำนวนพนักงานขาย เป็นลำดับสุดท้าย หรือมีค่าเฉลี่ย 2.93

ตอนที่ 3 ปัญหาที่ลูกค้าพบในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) โดยลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50 เท่ากัน) และลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31)

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.31 ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.2 ระดับมากร้อยละ 5.3 ระดับปานกลางร้อยละ 32.3 ระดับน้อยร้อยละ 45.6 และระดับน้อยที่สุดร้อยละ 15.6 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ามีปัญหาระดับปานกลางกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์คือ สินค้ามีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.66) ค่าเฉลี่ยของระดับของปัญหาระดับน้อยเรียงตามลำดับคือ สินค้าล้าสมัย (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) และไม่มีการแลกเปลี่ยน หรือรับคืนสินค้าบางรายการ (ค่าเฉลี่ย 1.96)

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบัน และรัฐ) 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

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.39 โดยมีปัญหาเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.71

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

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

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

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50) ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุดร้อยละ 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)

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรภาคสถาบัน และรัฐ) พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดย

รวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.67 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก และไม่มีส่วนลด เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.88 เท่ากัน

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 2.77

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

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50) ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุด ร้อยละ 7.7 ระดับมาก ร้อยละ 10.5 ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.4 ระดับน้อย ร้อยละ 41.2 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 18.2 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากกับปัญหาที่จอตรมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีปัญหาในระดับน้อยเรียงตามลำดับคือ ป้ายชื่อร้านไม่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.33) การชำระหนี้ของสินค้าที่จัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.07) และความไม่ถูกต้องและไม่เรียบร้อยของสินค้าที่จัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.01)

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) พบว่า ลูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.53 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอตรมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.58

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.46 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอครดมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.49

ลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.48 โดยมีปัญหาเรื่อง ที่จอครดมีน้อย เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.42

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

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

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

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.50) ทั้งนี้ลูกค้ามีปัญหาในระดับมากที่สุด ร้อยละ 5.4 ระดับมาก ร้อยละ 10.0 ระดับปานกลาง ร้อยละ 30.2 ระดับน้อย ร้อยละ 40.0 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 14.4 นอกจากนี้แล้ว ลูกค้ามีปัญหาในระดับปานกลางกับปัญหาต่างๆ คือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่มีบริการซื้อขาย และติดต่อกับลูกค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.94) จำนวนพนักงานขายมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.84) และไม่มีการสนับสนุนจากร้านเมื่อลูกค้าจัดงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.78) และมีค่าเฉลี่ยของระดับของปัญหาในระดับน้อยเรียงตามลำดับคือ พนักงานขายไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และโฆษณาอราคามีราคาสินค้าไม่ครบตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.34) พนักงานขายแสดงออกและแต่งกายไม่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.33) ความลำบากในการหาราคาสินค้าในโฆษณาอราคา (ค่าเฉลี่ย 2.32) พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.28) พนักงานขายไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน และพนักงานขายไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 2.25 เท่ากัน) พนักงานขายไม่มี

ความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.19) พนักงานขายไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.16) และความยากลำบากในการติดต่อทางโทรศัพท์ เนื่องจากสายโทรศัพท์ไม่วางหรือไม่มีคนรับสาย (ค่าเฉลี่ย 2.06)

เมื่อจำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาครัฐกิจ และองค์กรภาคสถาบันและรัฐ) พบว่า ถูกค้าภาคธุรกิจมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.46 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.40

ถูกค้าภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.57 โดยมีปัญหาเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับแรก หรือมีค่าเฉลี่ย 3.42

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

5.2 อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของ ลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ ครั้งนี้พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดโดยรวมมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ซึ่งศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงาน อุตสาหกรรม โดยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัย ย่อยที่ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดคือ การแลกเปลี่ยน และรับคืนผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดของบริษัท สยาม โมลคิงพลาสเตอร์ จำกัด ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับ แรกที่พึงพอใจคือเรื่องสินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าพึงพอใจน้อยสุด คือ ความหลากหลายของตราสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสุดท้ายที่พึงพอใจคือเรื่อง การบรรจุหีบห่อของสินค้า / แพคเกจ

ด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดคือ ระบบการให้สินเชื่อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านราคา อันดับแรกที่พึงพอใจคือเรื่อง มีการแจ้งยอดและเวลา การชำระเงินที่ชัดเจน แต่การมีระบบการให้สินเชื่อสินค้าที่ดีก็ทำให้มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระ เงินชัดเจนเช่นกัน และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าพึงพอใจน้อยสุดคือ การต่อรองราคา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านราคา อันดับสุดท้ายที่พึงพอใจคือเรื่อง ราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม / น่าเชื่อถือ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้อง กับผลการศึกษาของวรชาติ ดันติวาจา (2545) ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ ปานกลาง ปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดคือ ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกที่ พึงพอใจคือเรื่อง การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ เพื่อประหยัดเวลาในการเปลี่ยนสินค้า และไม่เกิดความยุ่งยาก และสับสนในด้านเอกสาร และการเปลี่ยนสินค้า และปัจจัยย่อยที่ลูกค้า พึงพอใจน้อยสุดคือ ที่จอดรถ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่ง

พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับสุดท้ายที่พึงพอใจคือเรื่อง ความพร้อมของสินค้าในสต็อก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวรรชาติ ต้นติวจา (2545) ปัจจัยที่ลูกค้ำพึงพอใจสูงสุดคือ การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรรชาติ ต้นติวจา (2545) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกที่พึงพอใจคือเรื่อง ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย แต่การติดต่อทางโทรศัพท์ก็ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขายได้เช่นเดียวกัน และปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำพึงพอใจน้อยสุดคือ การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวรรพร ประสารวงศ์ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับสุดท้ายที่พึงพอใจคือเรื่อง ความถี่ในการเข้าเยี่ยมชมของผู้แทนขาย / วิศวกรขาย และการมีเอกสารแนะนำสินค้า / คู่มือการใช้งาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าในกลุ่มที่เป็นองค์กรภาคธุรกิจอยู่ในภาคการค้าเป็นจำนวนน้อย ลูกค้าในกลุ่มที่เป็นองค์กรภาคสถาบันและรัฐอยู่ในประเภทสถานพยาบาล รัฐวิสาหกิจ สมาคมหรือมูลนิธิ และภาคการปกครอง เป็นจำนวนน้อย ลูกค้าที่มีความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และมีงบประมาณในการซื้อเครื่องเขียนมากกว่า 100,000 บาท มีจำนวนน้อย โดยปกติลูกค้าจะรับบริการจากร้านจำหน่ายเครื่องเขียนมากกว่า 3 ร้าน ซึ่งมีลูกค้าเพียงส่วนน้อยที่ผูกขาดกับร้านใดร้านหนึ่งเพียงร้านเดียว และมีลูกค้าส่วนน้อยที่รับบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ มาเป็นเวลา 7-9 ปี กล่าวคือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการมาน้อยกว่า 6 ปี หรือ 10 ปีขึ้นไป

ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดความพึงพอใจน้อยที่สุดและปัญหาที่พบมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

ตารางที่ 39 สรุปความพึงพอใจที่ลูกค้ามีมากที่สุด น้อยที่สุด และปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ปัจจัย	ความพึงพอใจมากที่สุด	ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบมากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของตราสินค้า	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การต่อรองราคา	ต่อรองราคาได้ไม่มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์	การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ	ไม่มีการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลดแลก แจก แคม

ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ และพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือเรื่อง สินค้ามีให้เลือกน้อย

ด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ และพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การต่อรองราคา ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือเรื่อง ต่อร์องราคาไม่ได้มาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ำมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ที่จอดรถ ส่วนปัญหาที่ลูกค้ำพบมากที่สุดคือเรื่อง ที่จอดรถมีน้อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์ และพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ ส่วนปัญหาที่ลูกค้ำพบมากที่สุดคือเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

ตารางที่ 40 สรุปความพึงพอใจที่ลูกค้ำมีมากที่สุด น้อยที่สุด และปัญหาที่ลูกค้ำพบมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทขององค์กร / กิจการ (องค์กรภาคธุรกิจ และ องค์กรภาคสถาบันและรัฐ)

ภาคธุรกิจ			
ปัจจัย	ความพึงพอใจมากที่สุด	ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบมากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย)	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การต่อรองราคา	ต่อรองราคาได้ไม่มาก, ไม่มีส่วนลด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	จำนวนพนักงานขาย	ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม
ภาคสถาบันและรัฐ			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของตราสินค้า	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การต่อรองราคา	ต่อรองราคาได้ไม่มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การติดต่อกับลูกค้ำทางโทรศัพท์	การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ำมีการจัดงานต่างๆ	ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐ มีความพึงพอใจมากที่สุดต่อส่วนประสม การตลาดด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันคือ ด้านราคา ลูกค้าองค์กรภาค ธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ และด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจมากที่สุดใน เรื่อง ความถูกต้อง ในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ แต่ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมี ความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันคือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนลูกค้า องค์กรภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย ส่วนลูกค้าองค์กรภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจมาก ที่สุดในเรื่อง การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์

ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อส่วนประสม การตลาดด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันคือ ด้านราคา ลูกค้าองค์กร ภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การต่อรองราคา และด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจน้อยที่สุดใน เรื่อง ที่จอดรถ แต่ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้าน ผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจมี ความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) ส่วนลูกค้า องค์กรภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง จำนวนพนักงาน ขาย ส่วนลูกค้าองค์กรภาคสถาบันและรัฐมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การสนับสนุนของร้าน เมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ

ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีปัญหามากที่สุดต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาที่สุดในเรื่อง สินค้ามี ให้เลือกน้อย ด้านราคา ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และภาคสถาบันและรัฐมี ปัญหาที่สุดในเรื่อง ที่จอดรถมีน้อย และด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และ ภาคสถาบันและรัฐมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

ตารางที่ 41 สรุปความพึงพอใจที่ถูกค้ำมีมากที่สุด น้อยที่สุด และปัญหาที่ถูกค้ำพบมากที่สุดต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-3 ปี			
ปัจจัย	ความพึงพอใจมากที่สุด	ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบมากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของผลิตภัณฑ์, ความรวดเร็วในการบริการ, การแลกเปลี่ยนและรับคืน ผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของตรา สินค้า	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การคิดป้ายราคาสินค้า	ต่อรองราคาได้ไม่มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ ชำรุดเสียหาย	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความกระตือรือร้นในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน ขาย, การติดต่อกับลูกค้า ทางโทรศัพท์	การสนับสนุนของร้านเมื่อ ลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ	จำนวนของพนักงานขาย มีน้อย
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 4-6 ปี			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ความรวดเร็วในการบริการ	ความหลากหลายของของ รูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย)	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การคิดป้ายราคาสินค้า	ไม่มีส่วนลด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การที่สินค้าถึงมือ โดยไม่ ชำรุดเสียหาย	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความสุภาพและมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานขาย	การแสดงออกและการแต่ง กายของพนักงานขาย	ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ

ตารางที่ 41 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจที่ถูกค้ำมีมากที่สุด น้อยที่สุด และปัญหาที่ถูกค้ำพบมากที่สุดต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์

ระยะเวลาที่ใช้บริการ 7-9 ปี			
ปัจจัย	ความพึงพอใจมากที่สุด	ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบมากที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	การแลกเปลี่ยนและรับคืน ผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของตรา สินค้า, ความหลากหลาย ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย)	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การต่อรองราคา	ต่อรองราคาได้ไม่มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถูกต้องในการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การติดต่อกับลูกค้าทาง โทรศัพท์	จำนวนพนักงานขาย	ไม่มีการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 10 ปีขึ้นไป			
1. ด้านผลิตภัณฑ์	การแลกเปลี่ยนและรับคืน ผลิตภัณฑ์	ความสวยงามเรียบร้อยของ หีบห่อและถุงบรรจุภัณฑ์	สินค้ามีให้เลือกน้อย
2. ด้านราคา	ระบบการให้สินเชื่อ	การติดป้ายราคาสินค้า	ต่อรองราคาได้ไม่มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความถูกต้องในการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์	ที่จอดรถ	ที่จอดรถมีน้อย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความกระตือรือร้นในการ ปฏิบัติงานของพนักงาน ขาย, การติดต่อกับลูกค้า ทางโทรศัพท์	จำนวนพนักงานขาย	ไม่มีการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาไม่แตกต่างกัน คือ ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ระบบการให้สินเชื่อ แต่ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์, ความรวดเร็วในการบริการ, การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ความรวดเร็วในการบริการ 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง การแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี และ 4-6 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง การที่สินค้าถึงมือโดยไม่ชำรุดเสียหาย 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในเรื่อง ความถูกต้องในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานของพนักงาน ขาย และการติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์ 4-6 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง ความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย และ 7-9 ปี มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่อง การติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์

ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันคือ ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ที่จอดรถ แต่ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี และ 7-9 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความหลากหลายของตราสินค้า 4-6 ปี และ 7-9 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความหลากหลายของของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ขนาด ลวดลาย) และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง ความสวยงามเรียบร้อยของหีบห่อและฉลากบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา ถูกค้ำองค์กรที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การคิดป้ายราคา และ 7-9 ปี มีความพึง

พอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การต่อรองราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปีมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การสนับสนุนของร้านเมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ 4-6 ปีมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง การแสดงออกและการแต่งกายของพนักงานขาย 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่อง จำนวนพนักงานขาย

ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหามากที่สุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหาที่สุดในเรื่อง สินค้ามีให้เล็กน้อย และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ที่จอดรถมีน้อย แต่ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหาที่สุดในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันคือ ด้านราคา ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ต่อรองราคาได้ไม่มาก และ 4-6 ปีมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ไม่มีส่วนลด และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ายกข้อการที่มีระยะเวลาการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด ลิขิตศิลป์ 1-3 ปีมีปัญหาที่สุดในเรื่อง จำนวนพนักงานขายมีน้อย 4-6 ปีมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไปมีปัญหาที่สุดในเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรขายผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยการออกแบบสอบถาม สอบถามโดยตรง และรักษามาตรฐานระบบการแลกเปลี่ยนและรับคืนผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ควรมีการกำหนดราคาที่ยืดหยุ่น ลูกค้าสามารถต่อรองราคาได้ และควรมีส่วนลดให้กับลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำ และมีประวัติการซื้อที่ดี หรือลูกค้าที่ซื้อสินค้าในจำนวนครั้งละมากๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการซื้อมากยิ่งขึ้น และรักษาการดำเนินการด้านระบบสินค้าเชื่อที่ดีไว้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ถ้าเป็นไปได้ควรจะมีการจัดหาสถานที่จ่อครถให้มีมากขึ้น หรืออาจจะเพิ่มจำนวนพนักงานส่งสินค้า เพื่อให้มีจำนวนลูกค้าที่มาซื้อสินค้า ณ ที่ร้านน้อยลง และรักษามาตรฐานของการตรวจเช็คสินค้าก่อนส่งถึงมือลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจะมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม บ้าง เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่จ่ายไป และควรมีการจัดให้มีบสนับสนุนลูกค้าเมื่อลูกค้ามีการจัดงานต่างๆ และรักษามาตรฐานของความสะดวกในการติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์

ลูกค้าองค์กรภาคธุรกิจ และลูกค้าภาคสถาบันและรัฐ ทางห้างหุ้นส่วน จำกัด ควรมีการปรับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท คือ ลูกค้าภาคธุรกิจควรปรับปรุง และเน้นกลยุทธ์ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการกำหนดราคาที่ยืดหยุ่น และมีส่วนลดราคาให้กับลูกค้า และจัดหาสถานที่จ่อครถให้มากขึ้น

ลูกค้าภาคสถาบันและรัฐ ควรปรับปรุง และเน้นกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจัดให้มีการส่งเสริมการขายบ้างในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน เป็นต้น และควรมีจัดให้มีบสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น

ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ที่แตกต่างกัน หรือที่เรียกว่า ลูกค้าเก่า (ระยะเวลาใช้บริการ 4-6 ปี 7-9 ปี และ 10 ปีขึ้นไป) และลูกค้าใหม่ (ระยะเวลาใช้บริการ 1-3 ปี) ทางห้างหุ้นส่วน จำกัด ลิขิตศิลป์ ก็ควรนำมาพิจารณาในการปรับปรุง และคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้วย คือ ลูกค้าเก่า ควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกำหนดราคาที่ยืดหยุ่น จัดทำป้ายแสดงราคาสินค้าให้ชัดเจน เพิ่มจำนวนพนักงานขาย โดยรับสมัคร คัดเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพดี และควรสร้างแรงจูงใจให้

กับพนักงานขาย เช่น ระบบเงินเดือน โบนัส หรือนำระบบการให้เปอร์เซ็นต์จากยอดขาย (Commission) เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้น และสนใจที่จะทำงาน หรืออาจจัดให้มีการออกกำลังกายตอนเช้าก่อนทำงาน เพื่อสร้างความกระฉับกระเฉงในการทำงาน

ส่วนลูกค้าใหม่ควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดให้มีบสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้ามากขึ้น และควรเพิ่มจำนวนพนักงานขาย โดยรับสมัคร คัดเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ ความสามารถ และบุคลิกภาพดี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved