

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด โดยทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่จัดซื้อที่มีหน้าที่ในการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานขององค์กรและเคยใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 392 ราย โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของลูกค้าในแต่ละพื้นที่การขาย ผลการศึกษาสรุปได้ 3 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า
2. ความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

#### ตลาดบริการ

- 2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด โดยรวม
- 2.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า
3. ปัญหาของลูกค้าที่พบต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง เป็นกิจการรูปแบบ บริษัทจำกัด ร้อยละ 46.2 มีจำนวนพนักงานหรือลูกจ้าง ไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 38 เป็นธุรกิจประเภท โรงงานผลิตสินค้า ร้อยละ 43.9 มียอดการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน 5,001-10,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 37 จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 48.5 และมีจำนวนร้านค้าที่ทำการติดต่อสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน 2-3 ร้าน ร้อยละ 61.2 เหตุผลที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการกับบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มาจาก การสั่งซื้อสะดวก ร้อยละ 89.9 มีบริการจัดส่ง ร้อยละ 85.7 มีเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 85.2 และ การจัดส่งสินค้ามีความรวดเร็ว ร้อยละ 74.5 ตามลำดับ

## 2. ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ

### 2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด โดยรวม

การศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม  
ในระดับมาก

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านความหลากหลายของชนิดสินค้า ความมีชื่อเสียงและทันสมัยของรูปแบบสินค้า คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้า ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า

**ด้านราคา** พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคาในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้าน ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน ราคาเหมาะสม การให้ส่วนลดเงินสดตามลำดับ

**ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ต้องการ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับบริษัท มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในด้านความสม่ำเสมอของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ความน่าสนใจของรายการส่งเสริมการขายใน Shopping Zone ของ แม็กกาซีน การขายสินค้าราคาพิเศษ และสินค้าของแถม ตามลำดับ

**ด้านบุคลากร** พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านบุคลากรในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านมารยาทในการสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย มารยาทและบุคลิกภาพของพนักงานจัดส่ง ความเอาใจใส่ติดตามงานและความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย ตามลำดับ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี ความน่าสนใจและความสะดวกในการค้นหาสินค้าที่ต้องการในเค้ทตาล็อก ความน่าสนใจของแม็กกาซีนรายเดือน ภาพลักษณ์ของรถส่งสินค้า และรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าในเค้ทตาล็อก อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าในแม็กกาซีน

ด้านกระบวนการ พบว่า ลูกค้ายกตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกระบวนการในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ ด้านระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า ความรวดเร็วของกระบวนการในการสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า และการจัดทำใบเสนอราคา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านระยะเวลาในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี การแก้ไขปัญหาภายหลังการขาย และการเปลี่ยนสินค้า ตามลำดับ

## 2.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

### จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

ลูกค้ายกตัวอย่างทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก พบว่าลูกค้ายกตัวอย่างที่มีรูปแบบ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด โดยที่ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีรูปแบบ บริษัทมหาชน มีความพึงพอใจระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านราคา

### จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ลูกค้ายกตัวอย่างทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ในระดับมาก โดยลูกค้ายกตัวอย่าง ที่มีทุนจดทะเบียน ไม่เกิน 3,000,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ตามลำดับ และลูกค้ายกตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 3,000,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมากด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

### ขนาดของธุรกิจ

พบว่าลูกค้ายกตัวอย่างทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยที่ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงาน 51-200 คน มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านกระบวนการ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีจำนวน

พนักงาน มากกว่า 200 คน มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด

### **ประเภทธุรกิจ**

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ในระดับมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจประเภทซื้อมาขายไป และธุรกิจบริการ มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร และด้านกระบวนการ ตามลำดับ และลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ประเภทโรงงานผลิตสินค้า มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ยอด การสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานต่อเดือน

พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มียอดการสั่งซื้อ 5,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มียอดการสั่งซื้อมากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

### **จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานต่อเดือน**

ลูกค้าทุกกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ 2 ครั้งต่อเดือนมีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ 3 ครั้งต่อเดือนมีความ พึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

### จำนวนร้านค้าที่มีการติดต่อสั่งซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีการติดต่อสั่งซื้อกับ บริษัทออฟฟิศเมท จำกัด แห่งเดียว และกลุ่มที่มีการติดต่อกับร้านค้ามากกว่า 3 ร้านขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก แต่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีการติดต่อสั่งซื้อกับ ร้านค้า 2-3 ร้าน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีการสั่งซื้อกับ บริษัทออฟฟิศเมท จำกัด แห่งเดียว มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีการสั่งซื้อกับร้านค้ามากกว่า 3 ร้านขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีการสั่งซื้อกับร้านค้า 2-3 ร้าน มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แต่มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

### 3. ปัญหาของลูกค้าที่พบต่อการให้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด

การศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการกับบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบปัญหาจากการใช้บริการโดยรวมในระดับน้อย โดยสามารถสรุปได้ดังนี้ ปัญหาสินค้าคุณภาพไม่ดี โทรศัพท์สายไม่ว่าง พนักงานขายไม่สามารถให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหาได้ ส่งสินค้าผิดและล่าช้า พนักงานขายและพนักงานส่งสินค้าไม่เต็มใจให้บริการ พบปัญหาในระดับน้อย แต่ปัญหาสินค้ามีให้เลือกน้อย ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ มีการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย พบปัญหาในระดับปานกลาง

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ได้สอดคล้องกับทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล 2546: 333-339) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของลูกค้า ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพและด้านกระบวนการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการซื้อสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าตัวอย่างให้ความพึงพอใจในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ คือความสะดวกในการสั่งซื้อ และการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ รองลงมาคือด้านบุคลากรความเต็มใจในการให้บริการของบุคลากรที่ต้องมีการติดต่อกับลูกค้า มีมารยาทในการทำงานและติดต่อประสานงานซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดการสั่งซื้อหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อและความเต็มใจในการให้บริการอย่างสุภาพ จะทำให้เกิดการรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่ไม่ให้เกิดลดลง และสามารถก่อให้เกิดการแนะนำหรือบอกต่อกับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ซึ่งสามารถเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น

ในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ได้สอดคล้องกับแนวความคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้าของฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างถึงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล 2546: 44-45) ที่กล่าวไว้ว่า ความพอใจของผู้ซื้อเกิดขึ้นหลังจากได้ซื้อสินค้าหรือสิ่งเสนอขายและเกิดการเปรียบเทียบผลหรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการกับความคาดหวังถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการ ต่ำกว่าที่คาดหวัง จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่คาดไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้าของฟิลิป คอตเลอร์ ว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความซื่อสัตย์ และมีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ และยังสอดคล้องกับแนวความคิดความพอใจของลูกค้า ของชัยสมพล ชาวประเสริฐ ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการที่พนักงานได้ส่งมอบบริการอันประทับใจให้กับลูกค้าทุกขั้นตอน จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อบุคลากรผู้ให้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับรายงานของ สมบุญ รุจิจร (2544: 205) ที่กล่าวว่า หัวใจในการทำการตลาดเครื่องเขียนอยู่ที่ระบบการกระจายสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ลูกค้าเกิดความสะดวกในการติดต่อหรือใช้บริการ และจากการศึกษาพบว่า ลูกค้าโดยรวมให้ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่า ในส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาได้ ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ ( Product)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก สิ่งที่ควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติมคือ ด้านความหลากหลายของรายการสินค้า เช่น รายการสินค้าที่ลูกค้าเคยสอบถามหรือสั่งซื้อพิเศษเป็นประจำแต่ไม่ใช่รายการ สินค้าที่บริษัทสต็อกสินค้าควรทำการเพิ่มเติมไว้ในเค็ตหาล็อกเล็มถัดไป เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่ต้องการได้ครบถ้วนเพียงพอต่อการใช้งาน และสามารถสั่งซื้อสินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน จากบริษัทออฟฟิศเมทแห่งเดียวได้สินค้าครบตามต้องการ

**ด้านราคา (Price)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด ดังนั้นในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าควรมีการรวบรวมหรือมีกำหนดระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงที่แน่นอน เช่นทุก 3 เดือน หรือ 6 เดือน และมีการปรับรายการสินค้าพร้อมๆกันเพื่อเป็นการลด จำนวนครั้งที่เกิดขึ้นในการปรับราคา และควรมีการแจ้งล่วงหน้าก่อนที่จะมีการปรับราคาเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสในการเตรียมตัว

**ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก สิ่งที่ควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติมคือ การลดปริมาณสินค้าค้างส่งที่เกิดเนื่องจากสินค้าขาดสต็อก โดยจัดหาสินค้าทดแทนหรือสินค้าที่ใกล้เคียงและนำเสนอในการใช้งานแทนให้กับลูกค้า เพื่อเป็นทางเลือกเพิ่มเติมให้กับลูกค้า

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ รายการส่งเสริมการขายควรเพิ่มรายการที่น่าสนใจให้ ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า เช่น การเลือกสินค้าของแถมควรเป็นสินค้าที่น่าสนใจอยู่ในความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถกระตุ้นความสนใจของลูกค้าได้ มากยิ่งขึ้น

**ด้านบุคลากร (People)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก การเอาใจใส่ติดตามงาน และการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าในการบริการและสร้างความจงรักภักดีให้เกิดแก่บริษัท ดังนั้นพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการกับลูกค้าต้องตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการของลูกค้า และติดตามเอาใจใส่ มีการแจ้งผลความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีลักษณะการขายโดยผ่านระบบแค็ตตาล็อก ซึ่งลูกค้าไม่สามารถจับต้อง หรือเห็นรายละเอียดของสินค้าได้ก่อนที่จำทำการสั่งซื้อ ดังนั้น รูปภาพและรายละเอียดของสินค้าที่ลูกค้าต้องการใช้ในการตัดสินใจที่ระบุในแค็ตตาล็อก ต้องเข้าใจง่ายและมีมากเพียงพอ เพื่อลดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับตัวสินค้า

**ด้านกระบวนการ (Process)** ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมาก สิ่งที่ดีควรมีการปรับปรุงคือ ด้านเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนสินค้า และ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังจากการสั่งซื้อ ซึ่งควรมีการกำหนดมาตรฐานเวลาในการปฏิบัติงานและทำการแจ้งระยะเวลาให้ลูกค้าทราบว่างานที่แก้ไขจะเสร็จเมื่อใด นอกจากนี้ควรมีการแจ้งความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบเป็นระยะๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการและเชื่อมั่นในความรับผิดชอบของ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ที่มีต่อลูกค้า

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด โดยแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าซึ่งจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความจงรักภักดีให้เหมาะสมตามกลุ่มลูกค้า
2. ควรทำการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของร้านค้าที่จัดจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มลูกค้าใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved