

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ซึ่งรวบรวมโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยเทคนิคการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ที่มาใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากสาขาทั้งหมด 74 แห่ง และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.00 มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.50 มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 75.00 อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน เอกชน คิดเป็นร้อยละ 64.50 กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.00 มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 ปัจจุบันพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 61.00

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้บริการ โดยเคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เป็นบางครั้ง ร้อยละ 49.50 ส่วนบริการอื่น ๆ ได้แก่ บริการชำระค่าบัตรเครดิต บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการชำระค่าเบี้ยประกันภัย/ประกันชีวิต บริการชำระค่าเงินสดในการเช่าซื้อ บริการ โอนเงิน บริการชำระค่าภาษีอากร และบริการอื่น ๆ ไม่เคยใช้บริการ

นอกจากนั้นผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เพราะสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ ร้อยละ 82.00 โดยเข้าไปใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในสาขาที่อยู่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ร้อยละ 92.00 ใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 73.00 ในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. ร้อยละ 53.50 มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 55.00 ใช้บริการ 1 บิลต่อครั้ง ร้อยละ 53.00 นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด แล้วยังเคยใช้บริการจากเครื่อง ATM ร้อยละ 36.50 เลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่น ร้อยละ 44.00 ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 68.50

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผ่านสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้**

**3.1 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการผ่านสาขาของ บริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ**

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ เข้าไปใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เข้าไปใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ เข้าไปใช้บริการมากที่สุดในช่วง 16.01 – 20.00 น. ใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 1 บิล นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเคยใช้บริการจากเครื่อง ATM มากที่สุด ใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่นมากที่สุด ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง

ตารางที่ 46 ตารางสรุปแสดงพฤติกรรมการใช้บริการผ่านสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่พบโดยส่วนใหญ่หรือมากที่สุด เปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง

| พฤติกรรม  | ชาย   | หญิง  |
|---|---|---|
| ประเภทของบริการที่เคยใช้                                      | ชำระค่าสาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์   | ชำระค่าสาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์   |
| เหตุผลที่เลือกใช้บริการ                                       | สะดวกในการเดินทาง<br>ไปใช้บริการ                      | สะดวกในการเดินทาง<br>ไปใช้บริการ                      |
| รูปแบบสาขาที่นิยมไปใช้บริการ<br>บ่อยที่สุด                    | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                         | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                         |
| วันที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด                                | จันทร์ – ศุกร์  | จันทร์ – ศุกร์  |
| ช่วงเวลาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุด                           | 16.01 – 20.00 น.                                      | 16.01 – 20.00 น.                                      |
| ความถี่ในการใช้บริการ   | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                   | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                   |
| จำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ                            | 1 บิล   | 1 บิล   |
| จุดบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากบริษัท<br>เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด | ATM   | เคาน์เตอร์ธนาคาร                                      |
| ความถี่ของการใช้บริการ โดย<br>เปรียบเทียบ                     | ใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์<br>เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า | ใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์<br>เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า |
| ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ                                    | ตัดสินใจด้วยตนเอง                                     | ตัดสินใจด้วยตนเอง                                     |

### 3.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ เคยใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกในการเดินทางเพื่อ ไปใช้บริการ ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกใช้บริการเนื่องจากขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ส่วนใหญ่เข้าไปใช้บริการจากสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เข้าไปใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ ในช่วง 16.01 – 20.00 น. ใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 1 บิล ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง

นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เคยใช้บริการที่ไปรษณีย์มากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท เคยใช้บริการจากจุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ โดยตรง ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ใช้บริการจากเครื่อง ATM มากที่สุด และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ใช้บริการจากเคาน์เตอร์ธนาคารมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 20,000 บาท ใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่าจุดให้บริการอื่นมากที่สุด ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่าจุดให้บริการอื่น

ตารางที่ 47 ตารางสรุปแสดงพฤติกรรมการใช้บริการผ่านสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่พบโดยส่วนใหญ่หรือมากที่สุด เปรียบเทียบระหว่างแต่ละช่วงของรายได้

| พฤติกรรม  | รายได้ (บาท)   |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
|   | ต่ำกว่า 10,000   | 10,000 – 20,000  | 20,001 – 30,000  | มากกว่า 30,000   |
| ประเภทของบริการที่<br>เคยใช้  | ชำระค่า<br>สาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์  | ชำระค่า<br>สาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์  | ชำระค่า<br>สาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์  | ชำระค่า<br>สาธารณูปโภค<br>ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า<br>โทรศัพท์  |
| เหตุผลที่เลือกใช้<br>บริการ   | สะดวกในการ<br>เดินทางไปใช้บริการ                         | สะดวกในการ<br>เดินทางไปใช้บริการ                         | สะดวกในการ<br>เดินทางไปใช้บริการ                         | สะดวกในการ<br>เดินทางไปใช้บริการ                         |
| รูปแบบสาขาที่นิยมไป<br>ใช้บริการบ่อยที่สุด                          | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                            | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                            | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                            | สาขาในร้านเซเว่น<br>อีเลฟเว่น                            |
| วันที่นิยมไปใช้บริการ<br>มากที่สุด                                  | จันทร์ – ศุกร์   | จันทร์ – ศุกร์   | จันทร์ – ศุกร์   | จันทร์ – ศุกร์   |
| ช่วงเวลาที่นิยมไปใช้<br>บริการมากที่สุด                             | 16.01 – 20.00 น.   | 16.01 – 20.00 น.   | 16.01 – 20.00 น.   | 16.01 – 20.00 น.   |
| ความถี่ในการใช้<br>บริการ   | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                      | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                      | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                      | 1 – 2 ครั้งต่อเดือน                                      |
| จำนวนบิลเฉลี่ยต่อครั้ง<br>ที่ใช้บริการ                              | 1 บิล  | 1 บิล  | 1 บิล  | 1 บิล  |
| จุดบริการอื่น ๆ<br>นอกเหนือจากบริษัท<br>เคาน์เตอร์เซอร์วิส<br>จำกัด | ไปรษณีย์   | จุดให้บริการของ<br>หน่วยงานนั้น ๆ<br>โดยตรง              | ATM  | เคาน์เตอร์ธนาคาร   |
| ความถี่ของการใช้<br>บริการโดย<br>เปรียบเทียบ                        | ใช้บริการบริษัท<br>เคาน์เตอร์ เซอร์วิส<br>จำกัด บ่อยกว่า | ใช้บริการบริษัท<br>เคาน์เตอร์ เซอร์วิส<br>จำกัด บ่อยกว่า | ใช้บริการบริษัท<br>เคาน์เตอร์ เซอร์วิส<br>จำกัด น้อยกว่า | ใช้บริการบริษัท<br>เคาน์เตอร์ เซอร์วิส<br>จำกัด น้อยกว่า |
| ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจ                                      | ตัดสินใจด้วยตนเอง  | ตัดสินใจด้วยตนเอง  | ตัดสินใจด้วยตนเอง  | ตัดสินใจด้วยตนเอง  |

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

##### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.57 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้ และไม่สามารถรับชำระในกรณีที่วันเกินจากใบแจ้งค่าบริการได้ ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย ได้แก่ ใบเสร็จที่ได้รับเป็นแบบความร้อนมีอายุการเก็บรักษาน้อย สามารถรับชำระค่าบริการได้เฉพาะบางหน่วยงาน และคุณภาพการบริการไม่สม่ำเสมอ

##### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านราคาโดยรวมระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.44 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง คือ ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมแพงไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุสมผล ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีการแจ้งค่าบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 2.41 และค่าบริการไม่มีมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 2.09

##### ด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านสถานที่ โดยรวมระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.05 โดยปัญหาทุกด้านมีผลในระดับน้อย ได้แก่ ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้ง ไป - มา ไม่สะดวก

##### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีส่วนลดพิเศษ ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก และไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย ได้แก่ การส่งเสริมการขาย ไม่ตรงกับความต้องการ และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.47 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ พื้นที่ในการรอใช้บริการคับแคบ และการจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งในร้านไม่สวยงาม และขาดการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ

### ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.29 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ ให้บริการไม่เรียงลำดับก่อน – หลัง ค่าเฉลี่ย 2.04 และบริการผิดพลาด ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย ได้แก่ ไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อนให้บริการ และบริการช้า

### ด้านพนักงานให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ในด้านพนักงานให้บริการ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.53 โดยปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานไม่แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ของบริษัทฯ พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ ส่วนปัญหาที่พบในระดับน้อย คือ พนักงานไม่สุภาพ

ค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาในการใช้บริการของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของปัญหาจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ปัญหาระดับมาก ได้แก่ ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้ ไม่สามารถรับชำระในกรณีในวันเกินจากใบแจ้งค่าบริการได้

ปัญหาระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีส่วนลดพิเศษ ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก ไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมแพงไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุผล พนักงานไม่แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ของบริษัทฯ พื้นที่ในการรอใช้บริการคับแคบ พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อนให้บริการ การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ ใบเสร็จที่ได้รับ เป็นแบบความร้อนมีอายุการเก็บรักษาน้อย การส่งเสริมการขาย ไม่ตรงกับความต้องการ ไม่มีการแจ้งค่าบริการแต่ละประเภทอย่างชัดเจน ที่จอตริมิไม่

เพียงพอ พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานขาดความชำนาญในการให้บริการ บริการซ้ำ สามารถรับชำระค่าบริการได้เฉพาะบางหน่วยงาน คุณภาพการบริการไม่สม่ำเสมอ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าบริการไม่มีมาตรฐาน ขาดการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการ การตกแต่งในร้าน ไม่สวยงาม

ปัญหาระดับน้อย ได้แก่ พนักงานไม่สุภาพ ให้บริการไม่เรียงลำดับ ก่อน – หลัง สถานที่ตั้งไป – มา ไม่สะดวก บริการผิดพลาด

### อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 48 ตารางสรุปอธิบายถึงคำถาม และอภิปรายถึงคำตอบที่ได้รับเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด

| คำถาม (6Ws และ 1H)             | การอภิปรายถึงคำตอบที่ได้รับ   |
|--------------------------------|---|
| ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย          | ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ผู้บริโภคซื้ออะไร              | ใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และเมื่อจำแนกตามรายได้ ประเภทของบริการที่ใช้ในลำดับรองลงมาของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท คือ ชำระค่าวงเงินค้ำในการเช่าซื้อ ขณะที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ใช้บริการชำระค่าบัตรเครดิต          |
| ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ           | ใช้บริการจากสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากสะดวกต่อการเดินทางเพื่อไปใช้บริการ รองลงมาเพราะมีสาขาให้บริการกระจายทั่วถึง   |
| ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ | เลือกใช้บริการโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมาใช้สื่อโฆษณาในการประกอบการตัดสินใจ   |
| ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด           | เข้าไปใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น.  |
| ผู้บริโภคซื้อที่ไหน            | ใช้บริการจากสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ที่อยู่ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น   |
| ผู้บริโภคซื้ออย่างไร           | เข้าไปใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง ๆ ละ 1 บิล โดยใช้สลับกับการใช้บริการจากเครื่อง ATM แต่จะใช้บริการจากสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่า  |

### แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

จากปัญหาที่พบของผู้บริโภคในการใช้บริการจากสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด สามารถนำมาอภิปรายผลโดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/ร้านค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานให้บริการได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่คือการไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้ โดยระบบปัญหาในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านคุณภาพการบริการไม่สม่ำเสมอ พบในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพินธ์ เลิศทำนองธรรม (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณภาพการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของจุดบริการรับชำระเงินเคาน์เตอร์เซอร์วิส ในระดับมาก แสดงว่า ผู้ใช้บริการพบปัญหาในด้านคุณภาพการบริการค่อนข้างน้อย

ด้านราคา พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่คือ ค่าบริการ/ค่าธรรมเนียมมีราคาแพง โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพินธ์ เลิศทำนองธรรม (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการเข้าถึงจิตใจและรู้จักลูกค้า ในด้านอัตราค่าธรรมเนียมการบริการไม่สูงเกินไป เป็นธรรม และยอมรับได้

ด้านสถานที่/ร้านค้า พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ แสงจันทร์ นามธานี (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเชียงใหม่ 2 จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ปัญหาที่พบในอันดับแรกในการรับบริการคือ ความล่าช้าในการให้บริการ และความไม่เพียงพอของสถานที่จอดรถ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่คือ ไม่มีส่วนลดพิเศษ และไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก โดยปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศิริ ลิ้มปนาสิทธิ์ (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ และความชัดเจนของข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์ เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่ คือ การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ โดยพบปัญหาในระดับปานกลางต่อทุกปัญหา ได้แก่ พื้นที่รอใช้บริการคับแคบ การจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ ขาดการเตรียมความพร้อมในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการ และการตกแต่งในร้านไม่สวยงาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศิริ ลิ้มปนาสิทธิ (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรับชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่ สถานที่สะอาด ความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์ เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่คือ บริการช้า โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ แสงจันทร์ นามธานี (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเชียงใหม่ 2 จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ปัญหาที่พบในอันดับแรกในการรับบริการคือ ความล่าช้าในการให้บริการและความไม่เพียงพอของสถานที่จอดรถ

ด้านพนักงานให้บริการ พบว่า ปัญหาจากการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์ เซอร์วิส จำกัด ส่วนใหญ่ คือ พนักงานไม่แนะนำหรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ของบริษัทฯ โดยพบปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า/ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ พบปัญหาในระดับปานกลางเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ แสงจันทร์ นามธานี (2548) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาเมืองเชียงใหม่ 2 จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการพบปัญหาในด้านความไม่เอาใจใส่ต่อหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ความไม่คงเส้นคงวาด้านคุณภาพของการบริการและจำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ

### ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ ใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค ค่าประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ แต่ในลำดับรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ใช้บริการชำระค่าวดสินค้าในการสั่งซื้อ ขณะที่ผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 20,000 บาท ใช้บริการชำระค่าบัตรเครดิต
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าไปใช้บริการในวันจันทร์ – ศุกร์ ช่วงเวลาระหว่าง 16.01 – 20.00 น. มากที่สุด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้าไปใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง ๆ ละ 1 บิล

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการเฉลี่ยครั้งละ 1 บิล แต่เพศหญิงส่วนใหญ่จะใช้บริการเฉลี่ยตั้งแต่ 2 บิลขึ้นไป
5. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกตัดสินใจด้วยตนเองและมีสื่อโฆษณามีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด มากกว่าเพศหญิง แต่เพศหญิงเลือกใช้บริการโดยมีเพื่อน เพื่อนร่วมงาน พ่อแม่ พี่น้อง และอื่น ๆ มามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มากกว่าเพศชาย
6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จะมีการใช้บริการชำระค่าบัตรเครดิตมากที่สุด ในบรรดาผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้ แต่มีการใช้บริการชำระค่าวงวดสินค้าในการเข้าชื้อน้อยที่สุดในบรรดาผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้
7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด เนื่องจากขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง เพื่อไปใช้บริการ
8. นอกเหนือจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด จุดบริการอื่น 2 ลำดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ใช้บริการคือ จุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ และไปรษณีย์ ขณะที่ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 10,000 – 30,000 บาท ใช้บริการจากเครื่อง ATM และจุดให้บริการของหน่วยงานนั้น ๆ ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ใช้บริการจากเครื่อง ATM และเคาน์เตอร์ธนาคาร
9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท เลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด บ่อยกว่าจุดให้บริการอื่น ขณะที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการจากบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด น้อยกว่าจุดให้บริการอื่น
10. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่าจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ด้วยตนเองมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า โดยผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จะมีสัดส่วนการตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ
11. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำจะมีสื่อโฆษณาเป็นส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด มากกว่าผู้มีรายได้สูงกว่า โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะมีสัดส่วนการตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท และผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ตามลำดับ
12. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด โดยรวม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านพนักงานให้บริการ โดยทุกด้านมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง

13. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามแต่ละปัญหา 2 อันดับแรก ได้แก่ ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งค่าบริการได้ และ ไม่สามารถรับชำระในกรณีที่วันเกินจากใบแจ้งค่าบริการได้ ตามลำดับ โดยแต่ละปัญหามีค่าระดับสูง และในลำดับที่ 3 – 5 ได้แก่ ไม่มีส่วนลดพิเศษ ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก และไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล ตามลำดับ โดยแต่ละปัญหาจะมีค่าระดับปานกลาง

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสาขาของบริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุง พัฒนา ส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัท เคนันเตอร์เซอร์วิส จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจในด้านบริการ โดยบริการหลัก ได้แก่ การเป็นตัวแทนรับชำระเงินให้กับหน่วยงานหรือธุรกิจต่าง ๆ โดยดำเนินธุรกิจภายใต้นโยบายที่จะเป็นจุดให้บริการที่ตอบรับทุกความต้องการของประชาชนผู้มาใช้บริการ แต่จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่าบริการยังไม่หลากหลายและครบวงจร ดังนั้นบริษัทควรขยายรูปแบบของบริการให้มากกว่านี้ อาทิเช่น การให้บริการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้บริการ ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ล้วนใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นทางบริษัทควรขยายบริการการชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ครอบคลุมไปยังผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายอื่นซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทฯ ยังให้บริการดังกล่าวได้ไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร และจากการศึกษาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคพบปัญหาข้อจำกัดของการชำระค่าบริการในกรณีที่ไม่มีใบแจ้งยอด และกรณีชำระภายหลังเวลาที่กำหนด ซึ่งนับเป็นปัญหาในระดับต้น ๆ ที่ผู้บริโภคพบในการใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากทางบริษัทฯ ไม่มีการเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานเหล่านั้น ทำการปรับปรุงพัฒนาระบบให้สามารถเชื่อมต่อกับฐานข้อมูลลูกค้ามากขึ้น เพื่อลดข้อจำกัดดังกล่าว จะทำให้ทางบริษัทฯ หน่วยงานนั้น ๆ และตัวผู้บริโภคต่างก็ได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้น ทางบริษัทฯ จะสามารถลดข้อจำกัดของการบริการ และสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้มากขึ้น ทำให้เพิ่มยอดการใช้บริการได้ในระยะยาว เนื่องจากผู้บริโภคจะให้ความเชื่อมั่นกับการใช้บริการกับทางบริษัทฯ ว่า สามารถตอบสนองได้อย่างครอบคลุมทุกความต้องการ

### ด้านราคา

เนื่องจากทางบริษัทฯ เองคิดค่าบริการในการรับชำระเงินในอัตราเดียว ในราคา 10 บาทต่อการให้บริการรับชำระเงินหนึ่งบิลเป็นรายได้ แต่อาจจะเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มขึ้นในการรับชำระให้กับบางหน่วยงานขึ้นอยู่กับข้อตกลงกับหน่วยงานนั้น จากการศึกษาในด้านราคา พบว่าปัญหาที่ผู้บริโภคพบคือ ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมที่แพง ไม่เหมาะสม ไม่สมเหตุสมผล และเหตุผลที่มาใช้บริการเนื่องจากค่าบริการเหมาะสมจะเป็นอันดับสุดท้าย โดยเมื่อมาพิจารณาแล้ว ไม่ว่าผู้บริโภคจะมียอดการชำระเงินจะมากหรือน้อยแต่ต้องเสียค่าในอัตราเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคที่มียอดการชำระเงินน้อย ๆ รู้สึกว่าราคาไม่เหมาะสม เพื่อเป็นการลดปัญหาผลกระทบที่เกิดกับความรู้สึกของผู้บริโภคว่าค่าบริการไม่เป็นธรรม ทางบริษัทควรปรับระบบการคิดค่าบริการ โดยคิดตามฐานของยอดการชำระเงิน โดยผู้ที่มียอดชำระเงินน้อยจะเสียค่าบริการลดลง ผู้ที่มียอดชำระเงินสูงจะต้องเสียค่าบริการเพิ่มขึ้น แต่ไม่ควรเพิ่มขึ้นจนทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าไม่สมเหตุสมผล

### ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมใช้บริการบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ภายในร้านค้าสะดวกซื้ออย่างเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่มักจะมีพื้นที่ให้บริการที่จอดรถไม่เพียงพอ และด้วยขนาดของร้านที่มีพื้นที่ที่คับแคบทำให้การปรับปรุงด้านสถานที่แทบทำไม่ได้ แต่อย่างไรก็ดี ทางบริษัทควรจะทำการปรับปรุงส่วนประสมการตลาดในด้านอื่นที่จะทำให้ข้อจำกัดด้านสถานที่ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของการให้บริการ อาทิเช่น หากปรับปรุงการให้บริการรวดเร็ว สามารถที่จะช่วยลดเวลาในการรอใช้บริการ เมื่อมีผู้ใช้บริการที่รอใช้บริการจำนวนไม่มาก จะทำให้สถานที่คับแคบไม่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมการให้บริการ เป็นต้น

### ด้านการส่งเสริมการขาย

ถึงแม้ว่าทางบริษัทฯ จะมีการทำการส่งเสริมการขายพอสมควร และแม้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายที่เห็นจากทางสื่อต่าง ๆ แต่จากการศึกษาปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้บริโภคพบว่าทางบริษัทฯ ไม่มีส่วนลดพิเศษ ไม่มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก และไม่มีการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล ดังนั้นทางบริษัทควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ส่วนลดพิเศษกับผู้ใช้บริการจำนวนมาก และควรจะนำระบบการเป็นสมาชิกมาใช้เพื่อให้สิทธิประโยชน์กับสมาชิกทำให้ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกจะมาใช้บริการเป็นประจำ และจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการโฆษณาที่มีส่วนในการตัดสินใจเป็นอันดับสอง ดังนั้นทางบริษัทฯ ต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการส่งเสริม

การตลาดที่มีผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โบปปลิว แผ่นพับโฆษณา ป้าย ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังผู้บริโภค ผ่านทางพนักงาน ผู้ให้บริการของทางบริษัทฯ เป็นผู้แจ้งให้ผู้บริโภคทราบ

#### ด้านลักษณะทางกายภาพ

เนื่องจากทางบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะให้บริการอยู่ภายในร้านค้าสะดวกซื้ออย่างเซเว่นอีเลฟเว่นดังที่กล่าวไว้ในข้างต้นซึ่งมีสถานที่จะไม่กว้างขวางมากนักและยังมีผู้ใช้บริการของทางร้านเองที่มาใช้บริการซื้อสินค้าด้วย จะเห็นได้จากผลการศึกษาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้บริโภคพบปัญหาพื้นที่ให้บริการคับแคบ และการจัดคิวรอรับบริการไม่เป็นระเบียบ ส่วนในด้านพนักงานให้บริการ ผู้บริโภคพบปัญหามีพนักงานให้บริการ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเช่นนี้จะเกิดขึ้น ในช่วงที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าในวันจันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการ และส่วนใหญ่จะให้บริการสาขาที่อยู่ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นทางบริษัทฯ จึงควรเตรียมความพร้อมในการให้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว เช่น เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือใช้พนักงานที่มีประสบการณ์ และในช่วงเวลานี้ควรจัดเคาน์เตอร์รับชำระเงินให้เฉพาะผู้ใช้บริการของบริษัทฯ ไม่ปะปนกับลูกค้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เพื่อสามารถให้บริการได้รวดเร็วขึ้น และเป็นระเบียบมากขึ้น

#### ด้านกระบวนการให้บริการ

จากที่กล่าวในข้างต้นแล้วว่าค่าบริการในการชำระเงินของแต่ละหน่วยงาน ที่ทางบริษัทฯ เก็บค่าบริการจากผู้ใช้บริการอาจไม่เท่ากัน ในบางครั้งอาจทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความสับสน และเข้าใจผิดได้ โดยจากการศึกษาพบว่า ในด้านกระบวนการให้บริการนั้น ผู้บริโภคพบปัญหาเกิดขึ้นคือทางพนักงานไม่แจ้งค่าธรรมเนียมให้ลูกค้าก่อนให้บริการ ทางบริษัทฯ จะปรับปรุงกระบวนการให้บริการ โดยต้องมุ่งเน้นให้พนักงานผู้ให้บริการมีขั้นตอนการแจ้งค่าธรรมเนียมการให้บริการก่อนทุกครั้ง เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ค่าบริการและใช้ในการตัดสินใจก่อนที่จะใช้บริการ

#### ด้านพนักงานที่ให้บริการ

ปัจจุบันบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด มีการให้บริการชำระเงินที่หลากหลายเพิ่มขึ้นจากในอดีตมาก และมีบริการใหม่ ๆ ได้แก่ บริการโอนเงินผ่านบัตรเข็มรัก เป็นต้น ดังนั้นทางบริษัทฯ ต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงบริการใหม่ ๆ ในทุก ๆ ช่องทาง ในจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคพบปัญหาในด้านพนักงานให้บริการ ผู้บริโภคจะพบปัญหาพนักงานไม่

แนะนำ หรือให้ความรู้เกี่ยวกับบริการใหม่ๆ ของบริษัทฯ ให้บริการ ทางบริษัทฯ ควรจะอบรมพนักงานผู้ให้บริการ ให้มีการเพิ่มเติมขั้นตอนการประชาสัมพันธ์บริการใหม่ๆ ของทางบริษัทให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ซึ่งจะเป็นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางตรงไปยังผู้ใช้บริการโดยตรง และน่าจะ  
ได้ผลมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved