

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วน กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ลูกค้าส่ง จำนวน 188 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศหญิงร้อยละ 54.3

มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 39.4 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.0 ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการหรือทำงานอยู่คือ ธุรกิจขายส่ง ร้อยละ 71.3 ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการคือ เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ร้อยละ 79.3 และประเทศที่นำสินค้าไปจำหน่ายมากที่สุดคือ ประเทศที่อยู่ในทวีปยุโรป ร้อยละ 77.1 โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องประดับจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์มากที่สุด คือ ลูกค้าย ร้อยละ 87.2 ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการซื้อ คือ ซื้อเพื่อนำไปขายต่อ ร้อยละ 86.7 และหมวดของสินค้าที่ซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ คือ จี้ประดับ ร้อยละ 80.9 สาขาของหจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ที่ซื้อสินค้าคือ สาขาเชียงใหม่ ร้อยละ 39.4 ส่วนใหญ่การซื้อสินค้า หจก. กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ คือ เมื่อสต็อกสินค้าหมด ร้อยละ 60.6 และมีความถี่ในการซื้อสินค้าจากหจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อปี 2-3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 34.6 โดยจำนวนเงินในการซื้อสินค้าที่ซื้อจาก หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 10,000 - 50,000 บาท ร้อยละ 38.3 และส่วนใหญ่เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์คือ มีสินค้าและอุปกรณ์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ร้อยละ 83.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

บริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับ คือ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามความต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือมีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือการจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร เท่ากัน และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้านและการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้านเท่ากัน

รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม,ชา กาแฟ ฯลฯ และการติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 59 สรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ มากไปหาน้อย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น	4.24	มาก
สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ	4.16	มาก
ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	4.13	มาก
การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน	4.13	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	4.12	มาก
ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน	4.12	มาก
สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย	4.09	มาก
มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก	4.08	มาก
ความถูกต้องในการคิดเงิน	4.07	มาก
การติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน	4.07	มาก
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.06	มาก
ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน	4.05	มาก
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	4.04	มาก
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	4.04	มาก
ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	4.03	มาก
พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร	4.02	มาก

ตารางที่ 59 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ มากไปหาน้อย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค	4.02	มาก
สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด	3.99	มาก
สินค้าเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด	3.99	มาก
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	3.99	มาก
มีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ	3.98	มาก
มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ	3.97	มาก
เวลาเปิด-ปิดร้าน	3.94	มาก
มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจำหน่าย	3.93	มาก
ความสามารถในการผลิตตามความต้องการของลูกค้า (รับทำตามคำสั่งของลูกค้า)	3.92	มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.92	มาก
พนักงานมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี	3.91	มาก
พนักงานสามารถให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	3.91	มาก
ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.89	มาก
มาตรฐานเนื้อเงิน .925	3.87	มาก
การดำเนินงานมีความถูกต้อง รวดเร็ว ทันตามเวลา	3.87	มาก
การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง	3.84	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.83	มาก
มีร้านค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกันให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อมากขึ้น	3.81	มาก
สินค้านี้มีคุณภาพดี	3.79	มาก
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.79	มาก

ตารางที่ 59 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด
กะเหรี่ยงซิลเวอร์ มากไปหาน้อย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือดี	3.77	มาก
การเดินทางไปมาสะดวก	3.72	มาก
มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน	3.71	มาก
การรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.63	มาก
สินค้าผลิตด้วยมือในทุกขั้นตอนการผลิต (Handmade)	3.63	มาก
มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	3.63	มาก
มีช่องทางที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น	3.63	มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.52	มาก
การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม	3.51	มาก
ราคายุติธรรม	3.46	ปานกลาง
มีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า	3.00	ปานกลาง
ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ	2.84	ปานกลาง
ราคาที่สมารถต่อรองได้	2.73	ปานกลาง
การบริการจัดส่งสินค้า	2.51	ปานกลาง
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.44	น้อย
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.18	น้อย
การจัดทำอิเล็กทรอนิกส์แคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า	2.14	น้อย
มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า	2.00	น้อย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ จำกัดตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ จำนวน
เงินในการซื้อ และสาขาที่ซื้อ

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ จำกัดตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน เท่ากัน และราคายุติธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และการรับชำระด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม รองลงมาคือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ และการบริการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีความพึงพอใจในระดับน้อย คือมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร รองลงมาคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และการส่งสินค้าอย่างถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา, กาแฟ ฯลฯ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน และความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรก ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ รองลงมาคือ การคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน

ตารางที่ 60 สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.26: มาก)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.24: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.71: มาก)	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.72: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก (4.08: มาก)	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก (4.08: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม (3.51: มาก)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม (3.50: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า (4.06: มาก)	พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร (4.04: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (4.15: มาก)	ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (4.17: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (4.24: มาก)	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ (4.12: มาก)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียง ซิลเวอร์ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหูสร้อยคอ ฯลฯ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย เท่ากัน และมีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหูสร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย มีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหูสร้อยคอ ฯลฯ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย เท่ากัน รองลงมาคือ มีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหูสร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีหลายระดับราคาให้เลือก เท่ากัน และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมามีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก และการรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคายุติธรรม และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และมีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก เท่ากัน

รองลงมาคือ มีช่องทางที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น และมีร้านค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกันให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก เวลาเปิด-ปิดร้าน เท่ากัน รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และการเดินทางไปมาสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ เวลาเปิด-ปิดร้านเท่ากัน รองลงมาคือ มีร้านค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกันให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อมากขึ้น มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก เท่ากัน และการเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การบริการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การจัดทำอิเล็กทรอนิกส์แคตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า และการบริการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ปัจจัยด้านด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร การบริการของพนักงาน

อย่างเสมอภาค เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า พนักงานสามารถให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เท่ากัน และพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีทัศนคติดีเป็นมิตร รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อความต้องการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีทัศนคติดีเป็นมิตร รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานสามารถให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เท่ากัน และพนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีทัศนคติดีเป็นมิตร

ปัจจัยด้านด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ความถูกต้องในการคิดเงิน เท่ากัน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ มีการตรวจสอบของสินค้าก่อนจำหน่าย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมาคือ การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง และการดำเนินงานมีความถูกต้อง รวดเร็วทันตามเวลา ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วถูกต้อง ความถูกต้องในการคิดเงิน ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมากลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และ ความสะดวกรวดเร็วใจการติดต่อ

ปัจจัยด้านด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน และความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา, กาแฟ ฯลฯ

ผู้ตอบแบบสอบถาม หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ เท่ากัน และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา, กาแฟ ฯลฯ เท่ากัน รองลงมาคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน ชื่อเสียงของร้าน การคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา, กาแฟ ฯลฯ เท่ากัน รองลงมาคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ และการคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 61 สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ			
	เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	ผู้บริหารระดับสูง	เจ้าของกิจการหรือ ผู้ประกอบการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.29: มาก)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด เท่ากัน (4.27: มาก)	สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย เท่ากัน (4.60: มากที่สุด)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.23: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.93: มาก)	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.60: มาก)	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.40: มาก)	การรับชำระด้วยบัตรเครดิต (3.74: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก เท่ากัน (4.07: มาก)	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก เวลาเปิด-ปิดร้าน เท่ากัน (4.00: มาก)	มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ เวลาเปิด-ปิดร้าน เท่ากัน (4.10: มาก)	มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ (3.95: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม (3.79: มาก)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม (3.40: มาก)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม (3.60: มาก)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม (3.48: ปานกลาง)

ตารางที่ 61 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการ ลำดับแรก จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ			
	เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	ผู้บริหารระดับสูง	เจ้าของกิจการหรือ ผู้ประกอบการ
ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานมีธรรมาศัย ดีเป็นมิตร การ บริการของพนักงาน อย่างเสมอภาค เท่ากัน (4.14: มาก)	พนักงานมีธรรมาศัย ดีเป็นมิตร (4.20: มาก)	พนักงานมีธรรมาศัย ดีเป็นมิตร (4.30: มาก)	จำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการ อำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้า (4.03: มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ให้บริการลูกค้าทุก รายอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (4.14: มาก)	ให้บริการลูกค้าทุก รายอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (4.13: มาก)	ขั้นตอนในการ ให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (4.10: มาก)	ให้บริการลูกค้าทุก รายอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน (4.13: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	การติดป้ายราคา สินค้าได้อย่าง ชัดเจน (4.14: มาก)	การติดป้ายราคา สินค้าได้อย่าง ชัดเจน (4.13: มาก)	ความกว้างขวางและ สะอาดของร้าน ความเป็นระเบียบ และเป็นหมวดหมู่ ของสินค้า/บริการ ความสะดวกของ สถานที่จอดรถ ความทันสมัยของ อุปกรณ์ที่นำมาใช้ บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ มีสิ่ง อำนวยความสะดวก ระหว่างรอในห้อง รับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (4.17: เท่ากัน)	การตกแต่งร้านและ บรรยากาศภายใน ร้าน มีสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรอในห้อง รับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (4.17: เท่ากัน)

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์ จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 50,000 บาท และ 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย และสินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และราคายุติธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้า 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน และการรับชำระด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก และมีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน เท่ากัน และราคายุติธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 50,000 บาท และ 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และ เวลาเปิด-ปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ เวลาเปิด-ปิดร้าน และมีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 50,000 บาท และ 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รองลงมาคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร และการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานสามารถให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน รองลงมาคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และให้บริการลูกค้าทุกราย

อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือความถูกต้องในการคิดเงิน และการส่งสินค้าอย่างถูกต้อง และมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจำหน่าย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ และการติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ และการติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน และ ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ และป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเงินในการซื้อสินค้า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ รองลงมาคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน และความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ

ตารางที่ 62 สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลำดับแรก จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำนวนเงินในการซื้อ		
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,000-100,000 บาท	100,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.27: มาก)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.30: มาก)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (4.17: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (3.69: มาก)	การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เท่ากัน (3.88: มาก)	ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ (3.73: มาก)

ตารางที่ 62 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดบริการ ลำดับแรก จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำนวนเงินในการซื้อ		
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,000-100,000 บาท	100,001 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็น จำนวนมาก (4.00: มาก)	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็น จำนวนมาก (4.18: มาก)	มีสินค้าจัดวางแสดงเป็น จำนวนมาก (4.10: มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การบริการจัดส่งสินค้า (2.54: ปานกลาง)	การจัดแสดงสินค้า ด้านหน้าและภายในร้านที่ โดดเด่น สวยงาม (3.62: มาก)	การจัดแสดงสินค้า ด้านหน้าและภายในร้านที่ โดดเด่น สวยงาม (3.47: มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีทัศนคติเป็น มิตร (4.08: มาก)	จำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับลูกค้า (4.14: มาก)	พนักงานมีทัศนคติเป็น มิตร การบริการของ พนักงานอย่างเสมอภาค จำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับลูกค้า เท่ากัน (3.98: มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ให้บริการลูกค้าทุกราย อย่างเสมอภาคเท่าเทียม กัน (4.21: มาก)	ความถูกต้องในการ คิดเงิน (4.10: มาก)	ความสะดวกรวดเร็วใน การติดต่อ ให้บริการ ลูกค้าทุกรายอย่างเสมอ ภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน (4.03: มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ความเป็นระเบียบและ เป็นหมวดหมู่ของสินค้า/ บริการ (4.18: มาก)	ความเป็นระเบียบและ เป็นหมวดหมู่ของสินค้า/ บริการ การตกแต่งร้าน และบรรยากาศภายใน ร้าน เท่ากัน (4.12: มาก)	มีสิ่งอำนวยความสะดวก ระหว่างรอในห้องรับรอง ลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (4.18: มาก)

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียง ซิลเวอร์ จำกัดตามสาขาที่ซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการเช่น แหวน ต่างหูสร้อยคอ ฯลฯ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย เท่ากัน และมีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาลำปาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ และสินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย รองลงมาคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน และการรับชำระด้วยบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เท่ากัน และราคายุติธรรม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาลำปาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน รองลงมาคือ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือมีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ เวลาเปิด – ปิดร้าน เท่ากัน และ มีร้านค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกันให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาลำปาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก รองลงมาคือ มีการวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบและประเภทของสินค้า ทำให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ และเวลาเปิด-ปิดร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาลำปาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การบริการจัดส่งสินค้า และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เท่ากัน รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รองลงมาคือ การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค และพนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ชื่อสาขาลำปาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร รองลงมาคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการคิดเงิน รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน เท่ากัน และการส่งสินค้าอย่างถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาสำเพ็ง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และความถูกต้องในการคิดเงิน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน รองลงมาคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ เท่ากัน และความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ รองลงมาคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อสาขาสำเพ็ง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ การคิดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน เท่ากัน รองลงมาคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ

ตารางที่ 63 สรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ลำดับแรก จำแนกตามสาขาที่ซื้อ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	สาขาที่ซื้อ		
	สาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์	สาขาเชียงใหม่	สาขา ลำพอง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24)	ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.32)
ปัจจัยด้านราคา	มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.75)	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.66)	มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01)	มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15)	มีสินค้าวางแสดงเป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.58)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.35)	การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.64)
ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03)	พนักงานมีอัธยาศัยดีเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.09)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13)	ความถูกต้องในการคิดเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.09)	ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.15)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.12)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.18)	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ การติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจนเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อห้างหุ้นส่วน จำกัด กะเหรี่ยง ซิลเวอร์

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยมาก คือ งานที่ลูกค้าสั่งทำบางครั้งไม่ตรงกับความต้องการ รองลงมาคือ มีลวดลายรูปแบบสินค้าให้เลือกน้อย

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อย คือราคาไม่สามารถต่อรองได้ และไม่มีการให้เงินเชื่อแก่ลูกค้า เท่ากัน รองลงมาพบเป็นบางครั้งคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าร้านคู่แข่งอื่นๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยมากคือ ไม่มีบริเวณที่จอดรถ รองลงมาคือ การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าร้านไม่น่าดึงดูด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อย ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยคือไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจการมีน้อย

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยมากคือ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถามหรือในการให้บริการ และพนักงานแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้าเท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยมากคือไม่มีการปรับหรือเปลี่ยนสินค้า รองลงมาคือการจัดสินค้าไม่ตรงเวลา

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับพบน้อยมาก ปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับพบน้อยมากคือไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับบริการ รองลงมาคือบรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546) ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาของฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2544) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และลักษณะทางกายภาพ และการศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และผลการศึกษาของสิรินทิพย์ ลีลามานิตย์ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาของลูกค้าของกลุ่มธุรกิจบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งหากเปรียบเทียบกับผลการศึกษาความพึงพอใจในครั้งนี พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านในระดับมาก ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าห้างหุ้นส่วนกระเหรียงซิลเวอร์ดำเนินกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดในเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามพบว่าระดับความพึงพอใจที่มีต่อด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อยตามลำดับ จึงอาจสรุปได้ว่าห้างหุ้นส่วนกระเหรียงซิลเวอร์มีข้อด้อยในการดำเนินกลยุทธ์สองด้านนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาของฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2544) ที่ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่ดี ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของร้าน และการศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี ส่วนการศึกษาของสิรินทิพย์ ลีลามานิตย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาของลูกค้าของกลุ่มธุรกิจบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด สินค้ามีคุณภาพดี ไม่มีตำหนิ

สำหรับผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียงซิลเวอร์ที่ผ่านมามีผลดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาของฤทธิชัย กอศิริวิรัช (2544) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาตามคุณภาพสินค้า ราคาที่สามารถต่อรองได้ การมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน และการศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนการศึกษาของสิรินทิพย์ ลีลามานิตย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาของลูกค้าของกลุ่มธุรกิจบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือการคิดราคาตามน้ำหนักของสินค้า

สำหรับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ มีการกำหนดราคาสินค้าที่ชัดเจน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียงซิลเวอร์ที่ผ่านมามีผลดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาของฤทธิชัย กอศิริวิรัช (2544) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านค้ามีที่จอดรถและไปมาสะดวก ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า และการศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า ส่วนการศึกษาของสิรินทิพย์ ลีลามานิตย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาของลูกค้าของกลุ่มธุรกิจบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือการมีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก

สำหรับการศึกษานี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกได้แก่ มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียงซิลเวอร์ที่ผ่านมามีผลดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาของฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2544) ที่ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การจัดทำเอกสารแนะนำให้คำปรึกษาและให้ความรู้ด้านอัญมณีแก่ลูกค้าและผู้สนใจ และ การศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับ อัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกอของแถมของกำนัลในช่วงเทศกาลต่างๆ ส่วน การศึกษาของ สิรินทิพย์ สีสลามานิตย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลในการซื้อเครื่องประดับเงินชาวเขาของลูกค้านักท่องเที่ยวของบริษัทเชียงใหม่ดีไซน์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ การจัดทำอิเล็กทรอนิกส์ แคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า

สำหรับการศึกษาคั้งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุดลำดับแรกคือการจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ที่ผ่านมาทำได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมาย ให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านบุคลากร การศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือพนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า

สำหรับผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ที่ผ่านมาทำได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมาย ให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านกระบวนการ การศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค

สำหรับผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุดลำดับแรกคือ ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการ ดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ที่ผ่านมาทำได้ดีในส่วนที่ลูกค้าเป้าหมายให้ ให้ความสำคัญ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ การศึกษาของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือการจัดระบบรักษาความปลอดภัย

สำหรับผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้านและการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียงซิลเวอร์ที่ผ่านมาทำได้ดีในส่วนที่ถูกค่าเป้าหมายให้ความสำคัญ

ข้อค้นพบ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรียงซิลเวอร์ มีข้อค้นพบดังนี้

ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการหรือทำงานอยู่ของลูกค้าเป็นธุรกิจขายส่ง โดยประเทศที่นำส่งสินค้าไปจำหน่ายมากที่สุดคือประเทศไทย และลูกค้าส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเมื่อสต็อกสินค้าหมด และมีความถี่ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อปี 2-3 เดือนต่อครั้ง จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยคือ 10,000-50,000 บาท ส่วนใหญ่เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ หจก. กะเหรียงซิลเวอร์ เนื่องจากมีสินค้าและอุปกรณ์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และพบว่าการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเลย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านราคา และมีความพึงพอใจในระดับน้อยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง มีความพึงพอใจในระดับปานกลางปัจจัยย่อยสินค้ามีคุณภาพ และสินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือดี และมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องสินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ สินค้ามีแบบให้เลือกหลายหลาย และมีสินค้าแบบใหม่ออกมาสม่ำเสมอ ในขณะที่ตำแหน่งอื่นๆที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมาก

และเมื่อจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อ 50,000-100,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลางปัจจัยย่อย สินค้าผลิตด้วยมือในทุกขั้นตอนการผลิต (Handmade) ในขณะที่กลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ในเรื่องราคายุติธรรม ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ และราคาที่สามารถต่อรองได้

เมื่อจำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ และจำนวนเงินในการซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ในเรื่องมีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า

เพศชายมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับปานกลางในเรื่อง มีที่จอดรถเพียงพอ และมีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

และเมื่อจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการพบว่า ตำแหน่งเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องมีที่จอดรถเพียงพอ ในขณะที่ตำแหน่งอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มไม่ จะจำแนกตามเพศ ตำแหน่งในกิจการ หรือจำนวนเงินในการซื้อ พบว่ามีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับน้อยและในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสาขาประตูน้ำเซ็นเตอร์และสาขาสำเพ็งมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสาขาเชิงใหม่มีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลางและในระดับน้อย

สำหรับปัจจัยด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ พบน้อยมาก ได้แก่ งานที่ลูกค้าสั่งทำบางครั้งไม่ตรงกับความต้องการ ด้านราคา พบน้อย ได้แก่ ราคาไม่สามารถต่อรองได้ และไม่มีการให้เงินเชื่อแก่ลูกค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบน้อยมาก ได้แก่ ไม่มีบริเวณที่จอดรถ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบน้อย ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ด้านบุคคล พบน้อยมาก ได้แก่ พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถามหรือในการให้บริการ และพนักงานแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้าเท่านั้น ด้านกระบวนการ พบน้อยมาก ได้แก่ ไม่มีการปรับหรือเปลี่ยนสินค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ พบน้อยมาก ได้แก่ ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับบริการ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยสรุประดับความพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น	4.24	มาก	1
สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามต้องการ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ ฯลฯ	4.16	มาก	2
ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	4.13	มาก	3
การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน	4.13	มาก	3
มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอในห้องรับรองลูกค้า เช่น น้ำดื่ม, ชา กาแฟ ฯลฯ	4.12	มาก	4
ให้บริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน	4.12	มาก	4
สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย	4.09	มาก	5
มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก	4.08	มาก	6
ความถูกต้องในการคิดเงิน	4.07	มาก	7
การติดป้ายราคาสินค้าได้อย่างชัดเจน	4.07	มาก	7
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	4.06	มาก	8
ป้ายชื่อร้านเห็นได้ชัดเจน	4.05	มาก	9
จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	4.04	มาก	10
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	4.04	มาก	10

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยสรุประดับความพึงพอใจต่ำสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	อันดับ
มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า	2.00	น้อย	1
การจัดทำอิเล็กทรอนิกส์แคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า	2.14	น้อย	2
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.18	น้อย	3
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.44	น้อย	4
การบริการจัดส่งสินค้า	2.51	ปานกลาง	5
ราคาที่สามารถต่อรองได้	2.73	ปานกลาง	6
ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ	2.84	ปานกลาง	7
มีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า	3.00	ปานกลาง	8
ราคายุติธรรม	3.46	ปานกลาง	9
การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่โดดเด่นสวยงาม	3.51	มาก	10

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด กะเหรี่ยงซิลเวอร์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจ 3 ลำดับสุดท้ายคือ สินค้าผลิตด้วยมือในทุกขั้นตอนการผลิต (Handmade) สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือดี และสินค้านี้มีคุณภาพดี และปัญหาที่ลูกค้าพบซึ่งอยู่ในระดับพบน้อยคือ งานที่ลูกค้าสั่งทำบางครั้งไม่ตรงกับความต้องการ และมีลวดลายรูปแบบสินค้าให้เลือกน้อย ดังนั้น หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ควรให้ความสำคัญในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี เน้นการผลิตด้วยมือในทุกขั้นตอนของการผลิต โดยจัดหาช่างที่มีฝีมือดีมาผลิตสินค้าให้กับลูกค้า และควรให้ความสำคัญกับงานที่ลูกค้าสั่งทำให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ นอกจากนั้นควรผลิตสินค้าให้มีลวดลายรูปแบบที่หลากหลายประเภทให้มากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้าควรให้ตรงตามเวลาที่

ได้สัญญากับลูกค้าไว้ และหมั่นตรวจสอบการควบคุมน้ำหนักของสินค้าให้ได้มาตรฐานการผลิตอย่างสม่ำเสมอ และควรมีการออกแบบสินค้าใหม่มาเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้ออย่างสม่ำเสมอ สินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายควรเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ราคาถูกเมื่อเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ ราคาที่สามารถต่อรองได้ และราคายุติธรรม สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบซึ่งอยู่ในระดับพบบ่อยคือ ราคาไม่สามารถต่อรองได้ ไม่มีการให้เงินเชื่อแก่ลูกค้า และสินค้ามีราคาสูงกว่าร้านค้าคู่แข่งอื่นๆ ดังนั้น หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยเฉพาะการตั้งราคาสินค้าควรตั้งตามน้ำหนักของสินค้าโดยไม่ควรต่างจากคู่แข่งมากนัก และควรเพิ่มความยืดหยุ่นทางด้านราคาสำหรับลูกค้าตามปริมาณสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อในแต่ละครั้ง โดยอาจให้ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าที่สามารถซื้อสินค้าได้ตามปริมาณที่ทางกิจการกำหนดไว้ เช่น ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าในปริมาณ 10 กิโลกรัมขึ้นไป ทางกิจการอาจทำการเสนอราคาพิเศษให้แก่ลูกค้าได้เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจปานกลางคือ มีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า สำหรับปัญหาที่ลูกค้าพบซึ่งอยู่ในระดับพบน้อยมากคือ ไม่มีบริเวณที่จอดรถ และการจัดแสดงสินค้าด้านหน้าร้านไม่น่าดึงดูด ดังนั้น หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ควรมีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าระดับประเทศเพื่อแสดงให้ลูกค้าได้เห็นว่าสินค้าของทางกิจการเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐาน ยิ่งไปกว่านั้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาจถือเป็นการโฆษณากิจการไปในตัวอีกด้วย ทำให้กิจการเป็นที่รู้จักในหมู่ของลูกค้าเครื่องประดับมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้กิจการสามารถดึงดูดลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นได้ และการจัดแสดงสินค้าภายในร้านหรือด้านหน้าร้านควรจัดให้มีความน่าสนใจมากขึ้น สำหรับสถานที่จอดรถเนื่องจากกิจการไม่มีที่จอดรถสำหรับบริการลูกค้า ดังนั้นกิจการอาจทำการเช่าที่จอดรถจากสถานที่บริเวณใกล้เคียงเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้ากับทางกิจการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยพบว่ามีความพึงพอใจในระดับน้อยคือการจัดทำอิเล็กทรอนิกส์แคตตาล็อกสินค้าให้แก่ลูกค้า มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ และบริการจัดส่งสินค้า และปัญหาที่ลูกค้าพบซึ่งอยู่ในระดับพบน้อยคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจการมีน้อย ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก แจก แถม ดังนั้น หจก. กะเหรี่ยงซิลเวอร์ควรทำการโฆษณาและ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรจัดทำแบบสอบถามเพื่อวัดทั้งระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของ
ปัจจัยส่วนประสมแต่ละปัจจัยไปพร้อมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดลำดับความสำคัญในการ
นำเสนอกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงการบริการที่ส่งผลที่สำคัญต่อลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved