

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน ทั้งหมด 80 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 52.50 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 87.50 ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ เป็นธุรกิจขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 53.75 ดำเนินกิจการ ในประเทศประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีตำแหน่งในกิจการเป็น เจ้าของกิจการ หรือผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 67.50 จำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศ สหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 27.50 ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ คือ ตัวท่านเอง คิดเป็นร้อยละ 62.50 วัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ซื้อเพื่อนำไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 60.00 หมวดของสินค้าที่เลือกซื้อคือ โคมไฟไม้ไฟตั้งโต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 96.25 ช่องทางการซื้อสินค้าคือ หน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.00 การซื้อสินค้าเป็นประจำเมื่อสต็อกสินค้าหมด คิดเป็นร้อยละ 55.00 ความถี่ 4 - 6 เดือนต่อครั้ง ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 40,000 บาท - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.50 เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 88.75

**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด ระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (4.08) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.00) ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.54) และระดับปานกลางคือ ด้านราคา (3.47)

**ความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้าน สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด (4.59) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้าน การรับประกันสินค้าหลังการขาย (4.34 ) สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือด้านหัตถกรรม (4.24) ตามลำดับ

**ความพึงพอใจต่อด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น (3.81) รองลงมาด้าน สินค้ามีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน และแสดงรูปแบบราคาหลายสกุลเงินให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.80) เงื่อนไขการชำระเงิน (3.58)

**ความพึงพอใจต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น (4.20) รองลงมาด้าน เว็บไซต์มีข้อมูล รายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา (4.13) การจัดแสดงสินค้าด้านหน้า และภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม และเว็บไซต์ใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (4.08)

**ความพึงพอใจต่อด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (4.26) รองลงมาด้าน การเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟชำรุด เป็นต้น (4.20) พนักงานขายพูดจาอ่อนน้อม สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.15)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามทวีปที่ ดำเนินกิจการ ช่องทางการซื้อสินค้า และจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ตาราง 5.1 สรุปความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ของลูกค้า บริษัท ซิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ

ส่วนประสมการตลาด	ทวีปที่ดำเนินกิจการ		
	เอเชีย n=32	อเมริกา n=14	ยุโรป n=34
ด้านผลิตภัณฑ์	สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.47	สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.43	สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.76
ด้านราคา	รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ย 3.72	รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ย 4.14	สินค้ามีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน มี ค่าเฉลี่ย 3.85
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ นิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.22	มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ นิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.50	เว็บไซต์มีข้อมูลรายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้า ตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา มี ค่าเฉลี่ย 4.12

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ทวีปที่ดำเนินกิจการ		
	เอเชีย n=32	อเมริกา n=14	ยุโรป n=34
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟช๊อต เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.09	การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด และการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟช๊อต เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43	การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.38

ตาราง 5.2 สรุปความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของลูกค้า บริษัท ซิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า

ส่วนประสมการตลาด	ช่องทางการซื้อสินค้า		
	หน้าร้าน n=32	งานแสดง n=19	เว็บไซต์ n=29
ด้านผลิตภัณฑ์	สามารถผลิตและส่ง สินค้าได้ตรงตามเวลา ที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.59	สามารถผลิตและส่ง สินค้าได้ตรงตามเวลา ที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.58	คือ สามารถผลิตและ ส่งสินค้าได้ตรงตาม เวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.59
ด้านราคา	รับชำระเงินได้หลาย ช่องทาง เช่น โอนเงิน โดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ย 3.94	สินค้ามีการแสดงราคา สินค้าที่ชัดเจน มี ค่าเฉลี่ย 3.84	สินค้ามีการแสดงราคา สินค้าที่ชัดเจน และ แสดงรูปแบบราคา หลายสกุลเงินให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	มีช่องทาง ติดต่อ ที่ หลากหลาย สามารถ ติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.47	เว็บไซต์ที่มีข้อมูล รายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็น หมวดหมู่ชัดเจน มี บริการจัดส่งสินค้า ตัวอย่างให้กับลูกค้า มี บรรจุภัณฑ์ในการ จัดส่ง การจัดส่งสินค้า ถึงลูกค้าถูกต้องและ ตรงเวลา มี ค่าเฉลี่ย 4.21	เว็บไซต์ใช้งานง่าย มี ค่าเฉลี่ย 4.41

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ช่องทางการซื้อสินค้า		
	หน้าร้าน n=32	งานแสดง n=19	เว็บไซต์ n=29
ด้านการส่งเสริม การตลาด	การบริการจัดส่งสินค้า ภายในระยะเวลาที่ กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.41	การบริการจัดส่งสินค้า ภายในระยะเวลาที่ กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.21	การเคลมสินค้าอัน เนื่องจากความ ผิดพลาดจาก กระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟชำรุด เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ย 4.34

ตาราง 5.3 สรุปความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของลูกค้า บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด ที่มีต่อส่วน  
 ประสมการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ส่วนประสมการตลาด	จำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		
	น้อยกว่า 100,000 บาท n=24	100,000 – 400,000 บาท n=33	มากกว่า 400,000 บาท n=23
ด้านผลิตภัณฑ์	สามารถผลิตและส่ง สินค้าได้ตรงตามเวลา ที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.38	สามารถผลิตและส่ง สินค้าได้ตรงตามเวลา ที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.58	สามารถผลิตและส่ง สินค้าได้ตรงตามเวลา ที่กำหนด มีค่าเฉลี่ย 4.83
ด้านราคา	รับชำระเงินได้หลาย ช่องทาง เช่น โอนเงิน โดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น มี ค่าเฉลี่ย 3.71	สินค้ามีการแสดงราคา สินค้าที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.82	สินค้ามีการแสดงราคา สินค้าที่ชัดเจน และ แสดงรูปแบบราคา หลายสกุลเงินให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.04
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	มีช่องทางติดต่อที่ หลากหลาย สามารถ ติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.25	เว็บไซต์ ใช้งานง่าย มี ค่าเฉลี่ย 4.30	มีช่องทางติดต่อที่ หลากหลาย สามารถ ติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 4.30
ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	พนักงานขายพูดจา อ่อนน้อม สุภาพ มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี มี ค่าเฉลี่ย 4.21	การบริการจัดส่ง สินค้าภายใน ระยะเวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.21	การบริการจัดส่ง สินค้าภายใน ระยะเวลาที่กำหนด มี ค่าเฉลี่ย 4.52

**ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อ บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม รองลงมา คือสินค้าผลิตได้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

**ปัญหาด้านราคา** ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีปัญหาด้านราคา คือสินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง รองลงมา คือไม่สามารถต่อรองราคาได้

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือเว็บไซต์ใช้งานยาก รองลงมา คือสถานที่ตั้งหายาก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าของบริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ ของแถม รองลงมา คือไม่มีการจัดทำเอกสารหรือคู่มือแนะนำในการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

**ตาราง 5.4** แสดงปัญหาที่มากที่สุด ของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ในแต่ละด้าน บริษัท ชิมพลี เด็คคอร์ด จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า

ส่วนประสมการตลาด	ช่องทางการซื้อสินค้า		
	หน้าร้าน n=32	งานแสดง n=19	เว็บไซต์ n=29
ด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาในด้านสินค้าผลิตได้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.75	ปัญหาในด้านสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 31.58	ปัญหาในด้านสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 24.14
ด้านราคา	ปัญหาในด้านสินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 65.63	ปัญหาในด้านสินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 47.37	ปัญหาในด้านสินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง คิดเป็นร้อยละ 62.07

ตาราง 5.4 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ช่องทางการซื้อสินค้า		
	หน้าร้าน n=32	งานแสดง n=19	เว็บไซต์ n=29
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัญหาในด้านเว็บไซต์ใช้งานยาก คิดเป็นร้อยละ 15.63	ปัญหาในด้านสถานที่ตั้งหายาก และเว็บไซต์ใช้งานยาก มีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 15.79	ปัญหาในด้านไม่มีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ มีสินค้าจัดวางแสดงน้อย เว็บไซต์ใช้งานยาก เว็บไซต์มีรายละเอียดบริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ไม่ชัดเจน มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.90
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาในด้านไม่มีการจัดทำเอกสารหรือคู่มือแนะนำในการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า คิดเป็นร้อยละ 34.38	ปัญหาในด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 26.32	ปัญหาในด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 20.69

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็คคอร์ต จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Philip Kotler (2003: อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยพบว่า ลูกค้าของบริษัท ซิมพลิ เด็คคอร์ต จำกัด มีความพึงพอใจ เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็ค คอร์ต จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก โดยมีความพึงพอใจต่อการสามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด เป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัท กาสกาดา (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ สูงสุดด้านผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมีชื่อเสียงหรือ ความน่าเชื่อถือ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็ค คอร์ต จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน กลาง โดยมีความพึงพอใจ ต่อการรับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น เป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียวและ เคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัท กาสกาดา (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ สูงสุดด้าน ด้านการมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่เหมาะสม และมีเครดิตทอมเหมาะสมเป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็ค คอร์ต จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึง พ้อใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ ต่อการมีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้ สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็น ต้น เป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาพรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วน ประสม การตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียวและเคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัท กาสกาดา (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ สูงสุดด้านความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขายและบริษัท เป็น อันดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วน ประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็ค คอรั จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ ต่อการบริการจัดส่งสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด เป็น อันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรศรี เอื้อสถาพรกิจ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์สีย้อมและเคมีภัณฑ์สิ่งทอของบริษัท กาสคาตา (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ สูงสุดด้านการแต่งกายของพนักงานขายมีความเหมาะสม และลูกค้าค่อนข้างพร้อมให้บริการลูกค้าเป็นอันดับแรก

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วน ประสมการตลาด ของบริษัท ซิมพลิ เด็คคอรั จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 80 ราย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการหรือทำงาน เป็นธุรกิจขายปลีก มีตำแหน่งในกิจการเป็นเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีการซื้อสินค้าเป็นประจำเมื่อสต็อกสินค้าหมด มีความถี่ 4 - 6 เดือนต่อครั้ง ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อปี ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 40,000 บาท – 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด และพบว่าการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเลย

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากตารางที่ 5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุดต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มากในด้านสามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด การรับประกันสินค้าหลังการขาย และ สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือด้านหัตถกรรม และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ น้อยสุด 3 อันดับแรกในด้านความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า เช่น รูปแบบหรือสีสันของตราสินค้าดูน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน, ไม่โกงลูกค้า และบรรจุกุณัณฑ์ทำจากกระดาษรีไซเคิล รักษาสิ่งแวดล้อม จากการเปรียบเทียบระหว่างระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อย พบว่ามีความสอดคล้องกับปัญหาในเรื่องสินค้ามีบรรจุกุณัณฑ์ไม่เหมาะสม ควรใช้บรรจุกุณัณฑ์ที่ทำจากกระดาษรีไซเคิล เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และยังพบอีกว่า ตราสินค้า และกิจการมีความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงน้อย

เมื่อจำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ พบว่าทวีปอเมริกาที่มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า และทวีปยุโรปมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดด้านสามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด และการรับประกันสินค้าหลังการขาย

เมื่อจำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า พบว่าหน้าร้านและงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า และทุกช่องทางการสั่งซื้อมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดด้านสามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

เมื่อจำแนกตาม จำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ายังมีจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากขึ้น ความพึงพอใจด้าน มีสินค้านวัตกรรมใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ สินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทตามความต้องการ สินค้ามีแบบให้เลือกหลากหลาย สินค้าเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ บรรลุเกณฑ์ทำจากกระดาษ รีไซเคิล รักษาสิ่งแวดล้อม สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด และการรับประกันสินค้าหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน

**ด้านราคา** จากตารางที่ 5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุดต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านรับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C สินค้ามีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน แสดงรูปแบบราคาหลายสกุลเงินให้เลือก และเงื่อนไขการชำระเงิน และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ น้อยสุด 3 อันดับแรกในด้านรับชำระด้วยบัตรเครดิต สินค้าราคาไม่แพง เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่น ๆ และราคาสามารถต่อรองได้ จากการเปรียบเทียบระหว่างระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อย พบว่ามีความสอดคล้องกับปัญหาในเรื่องของสินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง และไม่สามารถต่อรองราคาได้ และยังพบอีกว่าเงื่อนไขการตั้งราคามีน้อย

เมื่อจำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ พบว่าทวีปเอเชียและทวีปยุโรป มีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านราคาสามารถต่อรองได้ และทวีปเอเชียยังมีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือกและความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้จ่ายอีกด้วย

เมื่อจำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า พบว่าหน้าร้านและงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางด้าน ราคาสามารถต่อรองได้ เว็บไซต์มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้าน สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก และหน้าร้านมีความพึงพอใจระดับน้อยด้าน รับชำระด้วยบัตรเครดิต

เมื่อจำแนกตาม จำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ายังมีจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากขึ้น ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากตารางที่ 5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุดต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มากในด้านมีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร

เว็บไซต์มีข้อมูล รายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้า ตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา และการจัดแสดงสินค้าด้านหน้า และภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม และเว็บไซต์ใช้งานง่าย และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ น้อยสุด 3 อันดับแรก ในด้านการออกงาน แสดงสินค้า มีที่จอดรถเพียงพอ และ ครัวเรือนการเดินทางไปมาสะดวก จากการเปรียบเทียบระหว่างระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อย พบว่ามีความสอดคล้องกับปัญหาในเรื่องของสถานที่ตั้งหายาก ในส่วนที่ไม่สอดคล้องกับปัญหาได้แก่เว็บไซต์ใช้งานยาก

เมื่อจำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ พบว่าทวีปอเมริกามีความพึงพอใจระดับมากที่สุดในด้านมีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย และติดต่อได้สะดวก

เมื่อจำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า พบว่างานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านมีที่จอดรถเพียงพอ และหน้าร้านมีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านการออกงานแสดงสินค้า

เมื่อจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ายังมีจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากขึ้น ความพึงพอใจด้าน มีสินค้าจัดวางแสดงเป็นจำนวนมาก การออกงานแสดงสินค้า และเว็บไซต์มีข้อมูล รายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากตารางที่ 5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุด ต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มากในด้านการบริการจัดส่งสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด การเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟช็อต และพนักงานขายพูดจาอ่อนน้อม สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ น้อยสุด 3 อันดับแรก ในด้านการลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในหนังสือ นิตยสารท้องถิ่น มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า จากการเปรียบเทียบระหว่างระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อย พบว่ามีความสอดคล้องกับปัญหาในเรื่องของไม่มีการส่งเสริมการขายเช่น ส่วนลดการค้า ของแถม การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ และ ไม่มีโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และยังพบอีกว่าไม่มีการจัดทำคู่มือสินค้า

เมื่อจำแนกตามทวีปที่ดำเนินกิจการ พบว่าทุกทวีปมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในด้านมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อจัดทำอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และในหนังสือ นิตยสาร ท้องถิ่น การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

เมื่อจำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า พบว่าทุกช่องทางการสั่งซื้อมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้าน มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า และมีความพึงพอใจระดับน้อยในด้าน มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ และงานแสดงสินค้ายังมีความพึงพอใจระดับน้อยในด้านการลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในหนังสือ นิตยสารท้องถิ่นอีกด้วย

เมื่อจำแนกตาม จำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่ายังมีจำนวนเงินในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากขึ้น ความพึงพอใจด้าน พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญ ให้ข้อมูล และอธิบายข้อมูลได้ชัดเจน การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด และการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิตมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 5.5 แสดงสรุปความพึงพอใจสูงสุด-ต่ำสุดต่อส่วนประสมการตลาด และปัญหา

ส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก	ความพึงพอใจน้อยสุด 3 ลำดับแรก	ปัญหาของลูกค้า
ด้านผลิตภัณฑ์	1) สามารถผลิตและส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด (4.59) 2) การรับประกันสินค้าหลังการขาย (4.34) 3) สินค้าได้รับการผลิตจากช่างฝีมือ ด้านหัตถกรรม (4.24)	1) ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า เช่น รูปแบบหรือสีสันทองตราสินค้าดูน่าเชื่อถือ เป็นต้น (3.54) 2) ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของกิจการ เช่น ดำเนินกิจการมานาน, ไม่โกงลูกค้า เป็นต้น (3.89) 3) บรรจุภัณฑ์ทำจากกระดาษ รีไซเคิล รักษาสิ่งแวดล้อม (3.91)	1) สินค้ามีบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (23.75) 2) สินค้าผลิตได้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ (10.00) 3) สินค้ามีน้อยแบบให้เลือก คิดเป็นร้อยละ (8.75)

ตาราง 5.5 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด	ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก	ความพึงพอใจน้อยสุด 3 ลำดับแรก	ปัญหาของลูกค้า
ด้านราคา	<p>1) รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง, ชำระแบบ PayPal, L/C เป็นต้น (3.81)</p> <p>2) ด้าน สินค้า มีการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน และแสดงรูปแบบราคาหลายสกุลเงินให้เลือก (3.80)</p> <p>3) เงื่อนไขการชำระเงิน (3.58)</p>	<p>1) รับชำระด้วยบัตรเครดิต (2.61)</p> <p>2) ราคา ไม่แพง เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าคู่แข่งอื่น ๆ (3.15)</p> <p>3) ราคาสามารถต่อรองได้ (3.39)</p>	<p>1) ได้แก่ สินค้ามีราคาแพงกว่าคู่แข่ง (60.00)</p> <p>2) ไม่สามารถต่อรองราคาได้ (15.00)</p> <p>3) เงื่อนไขการตั้งราคาที่ใช้ในการขายมีน้อยเกินไป (7.50)</p>
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<p>1) มีช่องทาง ติดต่อ ที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และ โทรสาร เป็นต้น (4.20)</p> <p>2) ด้าน เว็บไซต์มีข้อมูลรายละเอียด บริษัทฯ และแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีบริการจัดส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ในการจัดส่ง การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าถูกต้องและตรงเวลา (4.13)</p> <p>3) การจัดแสดงสินค้า ด้านหน้า และภายในร้านที่โดดเด่น สวยงาม และเว็บไซต์ใช้งานง่าย (4.08)</p>	<p>1) การออกงาน แสดงสินค้า (3.63)</p> <p>2) มีที่จอดรถเพียงพอ (3.84)</p> <p>3) โฆษณารวมการเดินทางไปมาสะดวก (3.96)</p>	<p>1) ได้แก่ เว็บไซต์ใช้งานยาก (12.50)</p> <p>2) ได้แก่ สถานที่ตั้งหายาก (7.50)</p> <p>3) มีสินค้าจัดวางแสดงน้อย (6.25)</p>

ตาราง 5.5 (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาด	ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก	ความพึงพอใจน้อยสุด 3 ลำดับแรก	ปัญหาของลูกค้า
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1) การบริการจัดส่งสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (4.26) 2) การเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สินค้ามีมอด มีเชื้อรา สายไฟช็อต เป็นต้น (4.20) 3) พนักงานขายพูดจาอ่อนน้อม สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.15)	1) การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในหนังสือ นิตยสารท้องถิ่น เป็นต้น (2.53) 2) มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (2.65) 3) มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดทางการค้า เป็นต้น (2.84)	1) ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือของแถม (26.25) 2) ไม่มีการจัดทำเอกสารหรือคู่มือแนะนำในการให้ความรู้เกี่ยวกับ สินค้า (22.50) 3) ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (21.25)

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพึงพอใจของลูกค้าต่อ ส่วนประสมการตลาด ของบริษัท ชิมพลี เด็ค คอร์ จำกัด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจ เพื่อเป็นข้อพิจารณา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไขให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนี้

## ด้านผลิตภัณฑ์

- ควรใช้บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อม เช่นกระดาษรีไซเคิล ซึ่งมีการตัดแปลงให้ลูกค้าสามารถเลือกสีของบรรจุภัณฑ์เองได้
- ควรออกแบบให้ตรงกับแนวโน้มสมัยนิยม( Trend)ในทุกหมวดสินค้า เพิ่มความถี่ในการออกแบบสินค้าให้ มากขึ้นเป็นอย่างน้อยไตรมาสละครั้ง เพราะสินค้าตกแต่่งบ้านมีการแข่งขันสูงและมีวงจรชีวิตสั้น นอกจากนั้นต้องปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพและส่งมอบตรงเวลาเสมอ
- ควรสร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นเพิ่มมูลค่าของสินค้า สามารถทำได้ ดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าให้ชัดเจน (Consumer Segmentation) ควรจะต้องเจาะกลุ่มเป้าหมายที่แคบลงของสินค้าในตลาดนั้นๆ เช่น สบู่สำหรับนักกีฬา น้ำหอมสำหรับวัยรุ่นชาย นมสำหรับคุณแม่ที่มีครรภ์ ยาสีฟันสมุนไพรรักษาโรคเหงือก ฯลฯ จะเห็นได้ว่าการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) ทำให้ใช้งบประมาณในการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ น้อยลงตรงเป้าหมาย หลีกเลี่ยงจากคู่แข่งรายใหญ่อื่นๆ ในตลาด นอกจากนี้ยังสามารถบริหารการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่

2. การพัฒนาสินค้า (Product Development) สินค้าในปัจจุบันมีวงจรชีวิตสั้นลง หากคู่แข่งพัฒนาศักยภาพอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่เรายืนอยู่กับที่ ทุกๆ ก้าวที่คู่แข่งเดินก้าวไปข้างหน้า ก็เปรียบเหมือน เรากำลังก้าวถอยหลัง

3. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้าง รักษา หรือเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของตราสินค้า โฆษณาที่ดี นอกจากจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าแล้ว จะต้องทำให้ ตราสินค้าสามารถถูกจดจำได้ง่าย และท้ายที่สุดนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า การสร้างแผนงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องวางแผนแบบองค์รวม (Total Branding) ทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องออกมาภายใต้รูปแบบ ความคิดรวบยอด (Concept) ของ ภาพลักษณ์ของ Brand เรา ในทิศทางเดียวกัน ทั้งหมด ทั้ง TV, Radio, Print ads, Outdoor, internet, PR , Retail Store และ Packaging ต่างๆ เพื่อที่จะตอบย้ำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและง่ายที่จะจดจำในใจ ของผู้บริโภค

4. ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation) การบริการลูกค้าเป็น สิ่งสำคัญในธุรกิจยุคปัจจุบันที่ลูกค้าเป็นใหญ่ พนักงานติดต่อลูกค้าและให้บริการจะสามารถสร้างความประทับใจ หรือ ผิดหวังในใจของผู้บริโภคได้ง่ายและเร็วที่สุด ดังนั้น SMEs ต้องอบรมพนักงานในด้านการพูดจา การแต่งกาย ทัศนคติ และความรู้ในผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการใส่ใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า ทั้งหมดที่กล่าวมาแสดงออกถึง ภาพลักษณ์โดยรวมของตราสินค้าและองค์กร

#### ด้านราคา

- ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยราคาที่ตั้งควรเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และมีกำไรเพียงพอที่สามารถลดราคาเมื่อลูกค้าต่อรองราคา
- ควรเพิ่มเงื่อนไขราคาที่ใช้ในการส่งออกตามข้อกำหนดของ INCOTERM 2000 เช่น ราคา CFR (Cost And Freight ) เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าเมื่อผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกาบเรือขึ้น ไปบนเรือสินค้า ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออก และจ่ายค่าธรรมเนียมส่งสินค้า ส่วนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งความเสี่ยงภัยในการขนส่งสินค้า เป็นภาระของผู้ซื้อในทันทีที่ของผ่านกาบระวางเรือไปแล้ว หรือ CIF (Cost Insurance and Freight)

เงื่อนไขการส่งมอบนี้ ผู้ขายจะสิ้นสุดภาระการส่งมอบสินค้าเมื่อ ผู้ขายได้ส่งมอบสินค้าข้ามกาบเรือ ขึ้นไปบนเรือสินค้า ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบในการทำพิธีการส่งออกจ่ายค่าระวางเรือ และค่า ประกันภัยขนส่งสินค้าเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงภัยใน การขนส่งสินค้าจนถึงมือผู้ซื้อให้แก่ผู้ซื้อด้วย เพื่อเพิ่มความสะดวกในการตัดสินใจเลือกเงื่อนไขราคาที่เหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด

- การเพิ่มช่องทางการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้กับลูกค้าในประเทศ เพื่อเป็นการ อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการชำระเงิน

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- การเพิ่มช่องทางติดต่อให้ทันกับยุคสมัย เช่น Facebook หรือ Twitter เพื่อเป็นอีก ช่องทางหนึ่งในการติดต่อกับลูกค้า รับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น รวมทั้งยังเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ในการนำเสนอสินค้าใหม่ให้กับลูกค้า

- การปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ จัดแสดงสินค้าหน้าร้านให้สวยงาม และเป็นสินค้านูปแบบใหม่ตลอดเวลา

- การจัดทำป้ายหน้าร้านขนาดใหญ่ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นสถานที่ตั้งของบริษัทได้อย่าง ชัดเจน เวลาสั่งซื้อหรือมาเยี่ยมชมบริษัท

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การจัดให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสด หรือลูกค้าที่ซื้อของในปริมาณมาก เพื่อ จูงใจให้ลูกค้าชำระเงินทันที และซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

- การเพิ่มคู่มือสินค้าใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ทุกกล่อง เพื่อแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับ สินค้า

- การฝึกอบรมพนักงานขายให้บริการลูกค้าด้วยความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพอ่อน น้อม และบริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และมีความความรู้ชำนาญในผลิตภัณฑ์

- การประชาสัมพันธ์องค์กร และตราสินค้าผ่านทางช่องทางการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ เช่น นิตยสาร Free copy ท้องถิ่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าในประเทศ และมี ของที่ระลึกแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลคริสมาสต์ เทศกาลปีใหม่ เพื่อแสดงให้ ลูกค้าเห็นว่าเป็นบุคคลพิเศษสำหรับบริษัท

นอกจากนี้ผู้ศึกษามี ข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจ สามารถนำเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจ จำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้า ดังนี้

## 1. หน้าร้าน

### ด้านผลิตภัณฑ์

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านหน้าร้านมีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า ดังนั้นควร สร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นเพิ่มมูลค่าของสินค้า
- ควรใช้บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อม เช่นกระดาษรีไซเคิล ซึ่งมีการตัดแปลงให้ลูกค้าสามารถเลือกสีของบรรจุภัณฑ์เองได้
- ควรออกแบบให้ตรงกับแนวโน้มสมัยนิยม( Trend)ในทุกหมวดสินค้า เพิ่มความถี่ในการออกแบบสินค้าให้ มากขึ้นเป็นอย่างน้อยไตรมาสละครั้ง เพราะสินค้าตกแต่งบ้านมีการแข่งขันสูงและมีวงจรชีวิตสั้น นอกจากนั้นต้อง ปรับปรุงคุณภาพการผลิต ให้สินค้ามีคุณภาพ ตรงกับความ ต้องการของลูกค้าและส่งมอบตรงเวลาเสมอ

### ด้านราคา

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านหน้ามีความพึงพอใจระดับน้อยด้าน รับชำระด้วยบัตรเครดิต ดังนั้นควรติดป้ายรับชำระด้วยบัตรเครดิตให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน ว่าทางบริษัท มีบริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต
- ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง และมีกำไรเพียงพอที่สามารถลดราคาเมื่อลูกค้า ต่อรองราคา

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรปรับปรุงการออกแบบเว็บไซต์ของบริษัท ให้ง่ายต่อการใช้งาน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านหน้าร้านมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านมีการส่งเสริมการขาย ดังนั้นควรจัดให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสด หรือลูกค้าที่ซื้อของในปริมาณมาก เพื่อจูงใจให้ลูกค้าชำระเงินทันที และซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น
- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านหน้าร้านมีความพึงพอใจระดับน้อยในด้านมีของที่ระลึกแจกใน โอกาสพิเศษต่าง ๆ ดังนั้นควรมีของที่ระลึกแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลคริสมาสต์ เทศกาลปีใหม่ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นว่า เป็นบุคคลพิเศษสำหรับบริษัท

- ควรเพิ่มคู่มือสินค้าใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ทุกกล่อง เพื่อแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

## 2. งานแสดงสินค้า

### ด้านผลิตภัณฑ์

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของตราสินค้า ดังนั้นควร สร้างตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นเพิ่มมูลค่าของสินค้า
- ควรใช้บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อม เช่นกระดาษรีไซเคิล ซึ่งมีการคัดแปลงให้ลูกค้าสามารถเลือกสีของบรรจุภัณฑ์เองได้

### ด้านราคา

- ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง และมีกำไรเพียงพอที่สามารถลดราคาเมื่อลูกค้าต่อรองราคา

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรปรับปรุงการออกแบบเว็บไซต์ของบริษัท ให้ง่ายต่อการใช้งาน และควรจัดทำป้ายขนาดใหญ่เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นสถานที่ตั้งของบริษัทได้อย่างชัดเจน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้าน มีการส่งเสริมการขาย ดังนั้นควรจัดให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสด หรือลูกค้าที่ซื้อของในปริมาณมาก เพื่อจูงใจให้ลูกค้าชำระเงินสดทันที และซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจระดับน้อยในด้าน มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ และด้าน การลงโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในหนังสือ นิตยสารท้องถิ่น ดังนั้นควรมีของที่ระลึกแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น เทศกาลคริสมาสต์ เทศกาลปีใหม่ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นว่า เป็นบุคคลพิเศษสำหรับบริษัท และประชาสัมพันธ์องค์กร และตราสินค้าผ่านทางช่องทางการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่เช่น นิตยสารท้องถิ่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าในประเทศ

### 3. เว็บไซต์

#### ด้านผลิตภัณฑ์

- ควรใช้บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อม เช่นกระดาษรีไซเคิล และสามารถให้ลูกค้าเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ได้

#### ด้านราคา

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านเว็บไซต์มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก ดังนั้นควรจัดกลุ่มราคาสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกัน ปรับให้เป็นราคาเดียวกัน เสนอให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่มนี้ เพื่อง่ายต่อการสั่งซื้อและเพิ่มความพอใจให้ลูกค้า
- ควรปรับราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง และมีกำไรเพียงพอที่สามารถลดราคาเมื่อลูกค้าต่อรองราคา

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถ โดยเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงเพื่อใช้เป็นที่จอดรถ ในกรณีที่ที่จอดรถหลักไม่เพียงพอ หรือจัดรถรับส่งลูกค้า ควรจัดแสดงสินค้าหน้าร้านให้สวยงามและมีสินค้าใหม่ตลอดเวลา ควรปรับปรุงการออกแบบเว็บไซต์ของบริษัท ให้ง่ายต่อการใช้งาน และปรับปรุงรายละเอียดข้อมูลในเว็บไซต์ให้ทันสมัยตลอดเวลา

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านเว็บไซต์มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในด้านมีการส่งเสริมการขาย ดังนั้นควรจัดให้มีส่วนลดในกรณีที่ลูกค้าชำระเงินสด หรือลูกค้าที่ซื้อของในปริมาณมาก เพื่อจูงใจให้ลูกค้าชำระเงินทันที และซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

- จากข้อค้นพบ พบว่าช่องทางการซื้อสินค้าด้านเว็บไซต์มีความพึงพอใจระดับน้อยใน ด้านมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ดังนั้นควรมีของที่ระลึกแจกลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น เทศกาลคริสต์มาส เทศกาลปีใหม่ เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าเป็นบุคคลพิเศษสำหรับบริษัท