

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด โดยทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้ากับ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 356 ราย โดยมีการคัดเลือกการเก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของลูกค้าในแต่ละพื้นที่การขายของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ ของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ ของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีประเภทธุรกิจของกิจการเป็นร้านโชห่วย ร้อยละ 32.9 มีขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง) 0-5 คน ร้อยละ 44.9 มีการดำเนินกิจการมาเป็นเวลา 7-10 ปี ร้อยละ 37.4 ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 46.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.9 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 46.1 มีอายุระหว่าง 21-35 ปี ร้อยละ 56.2 ระยะเวลาการเป็นลูกค้าเกิน 1 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี ร้อยละ 52.0 มีจำนวนครั้งใน

การสั่งซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 57.5 มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 37.4 และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด คือ มีบริการจัดส่งสินค้า ร้อยละ 78.4 มีการดูแลและรับผิดชอบกรณีสินค้ามีปัญหา ร้อยละ 75.3 มีสินค้าครบ ร้อยละ 68.8 มีสินค้าสดใหม่ ร้อยละ 62.4 สั่งซื้อสะดวก ร้อยละ 55.3 ส่งสินค้ารวดเร็ว ร้อยละ 44.4 ได้รับบริการที่ดี ร้อยละ 42.7 มีความเป็นกันเอง ร้อยละ 36.8 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ร้อยละ 27.5 และราคาถูก ร้อยละ 18.8 ตามลำดับ นั้นมาจาก มีบริการจัดส่งสินค้า ร้อยละ 78.4 รองลงมา คือ ดูแลและรับผิดชอบต่อกรณีสินค้ามีปัญหา ร้อยละ 75.3 มีสินค้าครบ มีสินค้าสดใหม่ ร้อยละ 62.4 สั่งซื้อสะดวก ร้อยละ 55.3 ส่งสินค้ารวดเร็ว ร้อยละ 44.4 ได้รับบริการที่ดี จำนวน 152 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 42.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ ของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด โดยรวม

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณา ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านการมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด ด้านคุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า ด้านการมีสินค้าพร้อมขาย ด้านการส่งมอบสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อที่ดี ด้านการมีสินค้าหลากหลายประเภท แข็งแรงและคงทนไม่เสียหาย ด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัดจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด

ด้านราคา พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ด้านรูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด ด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ และด้านรูปแบบการชำระเงินด้วยเช็ค ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านการให้ส่วนลดเงินสด ด้านราคาสินค้าไม่ได้แพงกว่าราคาสินค้าของกลุ่มแข่ง ด้านความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา ด้านความรับผิดชอบชดเชยส่วนต่างของราคาสินค้าให้กับลูกค้าทันทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคา และด้านการโอนเงินผ่านทางธนาคาร ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านการมีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด รองลงมาคือด้านการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ด้านสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึงลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลาด้านความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ด้านความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด และด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างทั่วถึงและเพียงพอ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการแจ้งข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ ด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการให้ข้อมูลการวางแผนการจัดรายการส่งเสริมการขายกับลูกค้าได้ทั่วถึง ด้านรายการส่งเสริมการขาย ที่มีการทำตั้งกองสินค้า จัดทำหัวชั้นเรียงสินค้าโปรโมชั่นสินค้าที่ออกใหม่ ด้านรายการส่งเสริมการขาย ที่มีการแถมสินค้า/มิชของแถม ด้านรายการส่งเสริมการขาย ที่มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าทดลองอย่างทั่วถึง เมื่อมีสินค้าออกใหม่ และด้านรายการ

ส่งเสริมการขาย สินค้าราคาพิเศษ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านพนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า,การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า ,การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ ด้านมารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง ด้านมีพนักงานที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ด้านมารยาทในการสื่อสารและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขาย ด้านบุคลิกภาพของพนักงานจัดส่ง ด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย และด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม อยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี ด้านบริเวณที่ตั้งของบริษัทมีสภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี สะอาด ปลอดภัย ด้านพนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานที่ดูแล้วน่าเชื่อถือ ด้านสภาพของรถส่งสินค้า

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในเขตชุมชน เป็นที่รู้จัก ด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ ด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือตามลำดับ

ด้านกระบวนการ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี ด้านระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า ด้านความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้า

ที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า ด้านความรวดเร็วของขั้นตอนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าภายหลังจากขายสินค้าให้ลูกค้าแล้ว ด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้าตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ

ตารางที่ 5.1 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)
1	การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	ผลิตภัณฑ์	4.04 (มาก)
2	มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	การจัดจำหน่าย	3.98 (มาก)
3	การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	การจัดจำหน่าย	3.96 (มาก)
4	สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	การจัดจำหน่าย	3.95 (มาก)
5	คุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า	ผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)
6	การมีสินค้าพร้อมขาย	ผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)
7	การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา	การจัดจำหน่าย	3.91 (มาก)
8	ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	การจัดจำหน่าย	3.90 (มาก)
9	ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	ลักษณะทางกายภาพ	3.89 (มาก)
10	มีสินค้าหลากหลายประเภทสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเพียงพอ	ผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ ของบริษัท ซิง ซิง เฮง จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จำแนกตามประเภทธุรกิจของกิจการ

พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก ยกเว้น ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านโชห่วย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในด้านพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทธุรกิจในรูปแบบสถานศึกษา/โรงพยาบาล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านค้าส่ง และประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านอาหาร – เครื่องดื่ม / ภัตตาคาร ตามลำดับ ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเภทธุรกิจในรูปแบบธุรกิจร้านเบเกอรี่ / ร้านกาแฟ ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านโชห่วย ประเภทธุรกิจในรูปแบบสถานศึกษา/โรงพยาบาล ประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในท้องถิ่น และประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าปลีกและค้าส่งขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ตามลำดับ ในด้านราคา พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท และประเภทธุรกิจในรูปแบบสถานศึกษา/โรงพยาบาล ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านอาหาร – เครื่องดื่ม / ภัตตาคาร ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านค้าส่ง ประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านโชห่วย ประเภทธุรกิจในรูปแบบธุรกิจร้านเบเกอรี่ / ร้านกาแฟ ตามลำดับ และ ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีเพียงประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านอาหาร – เครื่องดื่ม / ภัตตาคาร ประเภทเดียวเท่านั้น ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีความพึง

พอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ประเภทธุรกิจในรูปแบบธุรกิจร้านเบเกอรี่ / ร้านกาแฟ ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านค้าส่ง ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท ประเภทธุรกิจในรูปแบบสถานศึกษา/โรงพยาบาล ประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ประเภทธุรกิจในรูปแบบร้านโชห่วย และประเภทธุรกิจในรูปแบบห้างค้าและค้าส่งปลีกขนาดใหญ่ ในท้องถิ่น ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้น กลุ่มธุรกิจประเภทร้านอาหาร – เครื่องดื่ม / ภัตตาคาร ร้านโชห่วย ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ห้างค้าปลีกและค้าส่งขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ที่มีความพึงพอใจต่อย่อยด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ซิง ซิง เสง จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา พบว่าร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท และสถานศึกษา/โรงพยาบาล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการประเภทอื่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการ แต่ละประเภทมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการชำระเงินที่ไม่เหมือนกัน แต่ปัจจัยย่อยรูปแบบการชำระด้วยการโอนเงินผ่านธนาคาร กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกประเภทมีความพึงพอใจต่อย่อยนี้ในระดับที่ต่ำกว่าปัจจัยอื่น ส่วนในปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับพบว่า กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกประเภทมีความพึงพอใจ ในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มธุรกิจประเภทร้านโชห่วย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง นั้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มธุรกิจประเภทต่างๆ ที่มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าไม่ได้แพงกว่าราคาสินค้าของกลุ่มคู่แข่งอยู่ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยจริง แต่เมื่อพิจารณาควบคู่กับบริการแล้วพบว่า สามารถยอมรับในราคาที่ต่างจากคู่แข่งได้

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกประเภทมีความพึงพอใจโดยรวม และความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกประเภทส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นในปัจจัยย่อยการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการเกือบ

ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มห้างค้าปลีกและค้าส่งขนาดใหญ่ในท้องถิ่น ร้านโชวห่วย ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการสถานศึกษา/โรงพยาบาล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจในปัจจุบันย่อยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย และด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการประเภทร้านสะดวกซื้อหรือมินิมาร์ท ร้านค้าส่ง ร้านอาหาร – เครื่องดื่ม / ภัตตาคาร มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการประเภทที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาในปัจจุบันย่อยพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มประเภทธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ และมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และในปัจจุบันย่อยพบว่า กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจในปัจจุบันย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า และด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่าง ๆ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยกว่าปัจจัยย่อยในด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 5.2 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจของกิจการ

ส่วน ประสม ทาง การตลาด	ประเภทธุรกิจของกิจการ							
	ร้านโชว ห่วย	ร้านสะดวก ซื้อหรือมินิ มาร์ท	ร้านค้าส่ง	ห้างค้า ปลีก ขนาด ใหญ่ใน ท้องถิ่น	ห้างค้าปลีกและค้าส่งขนาด ใหญ่ในท้องถิ่น	ธุรกิจ ร้านเบ เกอร์รี่/ ร้านกาแฟ	ร้านอาหาร – เครื่องดื่ม/ ภัตตาคาร	สถานศึกษา/ โรงพยาบาล
ด้าน ผลิตภัณฑ์	-การส่ง มอบ สินค้าที่มี การบรรจุ หีบห่อที่ดี แข็งแรง และ คงทนไม่ เสียหาย	-การมี สินค้า พร้อมขาย	-การมีสินค้า ครบครันทุก กลุ่มประเภท และครบทุก ขนาด	-คุณภาพ ความสด ใหม่ของ สินค้าที่ ส่งมอบ ให้ลูกค้า	-การมีสินค้าครบครันทุก กลุ่มประเภทและครบทุก ขนาด	-การมี สินค้า ครบครัน ทุกกลุ่ม ประเภท และครบ ทุก ขนาด)	-การมีสินค้า ครบครันทุก กลุ่มประเภท และครบทุก ขนาด	-การมี สินค้าครบ ครันทุก กลุ่ม ประเภท และครบทุก ขนาด
ด้านราคา	-รูปแบบ การชำระ เงิน ด้วยเงิน สด	-ราคา เหมาะสม กับบริการที่ ได้รับ	-รูปแบบการ ชำระด้วยเช็ค	-การให้ ส่วนลด เงินสด	-รูปแบบการชำระด้วยเช็ค	-รูปแบบ การชำระ เงิน ด้วยเงิน สด	-ราคา เหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ -รูปแบบการ ชำระเงิน ด้วยเงินสด	-ราคา เหมาะสม กับบริการที่ ได้รับ
ด้านการ จัด จำหน่าย	-ความ สะดวกใน การสั่งซื้อ สินค้า	-มีสต็อก สินค้า เพียงพอกับ ความต้องการ ของลูกค้า	-มีสต็อกสินค้า เพียงพอกับ ความต้องการ ของลูกค้า	-การ จัดส่ง สินค้ามี ความ ถูกต้อง ตามค่า สั่งซื้อ	-ความสะดวกในการสั่งซื้อ สินค้า -ความ สะดวกในการติดต่อกับ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด - การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรง ตามเวลา -สภาพ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ จัดส่ง -บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถ จำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่ม ลูกค้ารายย่อยอย่างทั่วถึง และเพียงพอ	-ความ สะดวก ในการ สั่งซื้อ สินค้า	-ทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ย สูงสุดยกเว้น ปัจจัยย่อยด้าน บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มี หน่วยรถ จำหน่ายสินค้า ไปยังกลุ่ม ลูกค้ารายย่อย อย่างทั่วถึง และเพียงพอมี ค่าเฉลี่ยน้อย กว่าปัจจัยย่อย อื่น	-ความ สะดวกใน การสั่งซื้อ สินค้า -ความ สะดวกใน การติดต่อ กับบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด

ตารางที่ 5.2 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจของกิจการ (ต่อ)

ส่วน ประสม ทาง การตลาด	ประเภทธุรกิจของกิจการ							
	ร้านโชว์ ห่วย	ร้านสะดวก ซื้อหรือมินิ มาร์ท	ร้านค้าส่ง	ห้างค้าปลีกขนาด ใหญ่ในท้องถิ่น	ห้างค้าปลีกและค้า ส่งขนาดใหญ่ใน ท้องถิ่น	ธุรกิจร้านเบ เกอรี่ / ร้าน กาแฟ	ร้านอาหาร- เครื่องดื่ม/ ภัตตาคาร	สถานศึกษา/ โรงพยาบาล
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	-การให้ ส่วนลด ตาม ปริมาณ การ สั่งซื้อ	-การให้ ส่วนลดตาม ปริมาณการ สั่งซื้อ	-การให้ ส่วนลด ตาม ปริมาณ การ สั่งซื้อ	-การให้ส่วนลด ตามปริมาณการ สั่งซื้อ	-ทุกปัจจัยย่อยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากัน	--บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการ ให้ข้อมูล การวาง แผนการจัด รายการ ส่งเสริมการ ขายกับ ลูกค้าได้ ทั่วถึง	-ความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จัด โปรโมชัน ต่าง ๆ ให้กับ ลูกค้ามีความ สม่ำเสมอและ ต่อเนื่อง -บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการ ให้ข้อมูลการวาง แผนการจัด รายการส่งเสริม การขายกับลูกค้า ได้ทั่วถึง -การให้ส่วนลด ตามปริมาณการ สั่งซื้อ	-การให้ส่วนลด ตามปริมาณการ สั่งซื้อ
ด้าน พนักงาน ผู้ ให้บริการ	-พนักงาน มีการ ให้บริการ ที่น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจ ได้	-บุคลิกภาพ ของ พนักงาน จัดส่ง	-พนักงาน มีการ ให้บริการ ที่น่าเชื่อถือ และ ไว้วางใจ ได้	-การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของ พนักงาน เช่น การจัดสินค้าและ ดูแลสินค้าใน สต็อกของลูกค้า การจัดโชว์สินค้า หน้าร้านให้กับ ลูกค้า,การรับ ออเดอร์ด่วน และบริการจัดส่ง สินค้าด่วน ๆ	-มารยาทในการ สื่อสารและการ ปฏิบัติหน้าที่ของ พนักงานขาย -ความเอาใจใส่ ติดตามงานของ พนักงานขาย -ความรู้เกี่ยวกับ สินค้าของ พนักงานขาย -พนักงานมีการ ให้บริการที่ น่าเชื่อถือและ ไว้วางใจได้	-มารยาทใน การสื่อสาร และการ ปฏิบัติ หน้าที่ของ พนักงาน ขาย	-ทุกปัจจัยย่อยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากัน ยกเว้นปัจจัยย่อย ด้าน ความสามารถใน การแก้ปัญหา ของพนักงานขาย ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด	-การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าของ พนักงาน เช่น การจัดสินค้า และดูแลสินค้า ในสต็อกของ ลูกค้า,การจัด โชว์สินค้าหน้า ร้านให้กับลูกค้า ,การรับออเดอร์ ด่วนและบริการ จัดส่งสินค้าด่วน ๆ

ตารางที่ 5.2 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจของกิจการ (ต่อ)

ส่วน ประสม	ประเภทธุรกิจของกิจการ							
	ร้านโชว์ ห่วย	ร้านสะดวก ซื้อหรือมินิ มาร์ท	ร้านค้าส่ง	ห้างค้าปลีก ขนาดใหญ่ใน ท้องถิ่น	ห้างค้าปลีกและ ค้าส่งขนาดใหญ่ ในท้องถิ่น	ธุรกิจร้านเบเกอรี่ / ร้านกาแฟ	ร้านอาหาร- เครื่องดื่ม/ ภัตตาคาร	สถานศึกษา/ โรงพยาบาล
ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพ	-ความ ถูกต้อง แม่นยำ ของ เอกสาร ใบกำกับ ภาษี	-ความ ถูกต้อง แม่นยำของ เอกสาร ใบกำกับ ภาษี	-ความ ถูกต้อง แม่นยำ ของ เอกสาร ใบกำกับ ภาษี	-ความถูกต้อง แม่นยำของ เอกสาร ใบกำกับภาษี	-สภาพของรถ ส่งสินค้า	-ความถูกต้อง แม่นยำของ เอกสารใบกำกับ ภาษี -มีการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ ทันสมัยในการ ขายสินค้าให้กับ ลูกค้าเพื่อความ รวดเร็ว และ ความน่าเชื่อถือ	-ความถูกต้อง แม่นยำของ เอกสารใบกำกับ ภาษี -พนักงานแต่ง กายด้วย เครื่องแบบ พนักงานที่ดูแล้ว น่าเชื่อถือ	-ความถูกต้อง แม่นยำของ เอกสารใบกำกับ ภาษี
ด้าน กระบวนการ	-ระยะ เวลาของ กระบวนการ ในการ จัดส่ง สินค้า นับจาก วันที่ สั่งซื้อ สินค้า	-ความ รวดเร็วของ กระบวนการ ในการให้ ข้อมูล และ รายละเอียด ของสินค้าที่ ออกใหม่ และสินค้าที่ มีอยู่เดิมกับ ลูกค้า	-ระยะ เวลาของ กระบวนการ ในการ จัดส่ง สินค้า นับจาก วันที่สั่งซื้อ สินค้า	-ระยะเวลา ของ กระบวนการ ในการจัดส่ง สินค้านับจาก วันที่สั่งซื้อ สินค้า	-ระยะเวลา ของ กระบวนการ ในการจัดส่ง สินค้านับจาก วันที่สั่งซื้อ สินค้า -ความรวดเร็ว ของขั้นตอน การแก้ไขปัญหา ปัญหาให้กับ ลูกค้าภายหลัง การขาย สินค้านับจาก แล้ว	-ความรวดเร็ว ของกระบวนการ ทำใบเสนอราคา สินค้า และ รายการส่งเสริม การขายสินค้า ต่างๆ -ความรวดเร็ว ของขั้นตอนการ แก้ไขปัญหา ให้กับลูกค้าภายหลัง การขาย สินค้านับจาก แล้ว -ความรวดเร็วใน การแก้ไขเอกสาร ใบกำกับภาษี	-ระยะเวลาของ กระบวนการใน การจัดส่งสินค้า นับจากวันที่ สั่งซื้อสินค้า -ความรวดเร็ว ของกระบวนการ เปลี่ยนสินค้า -ความรวดเร็วใน การแก้ไขเอกสาร ใบกำกับภาษี	-ระยะเวลาของ กระบวนการใน การจัดส่งสินค้า นับจากวันที่ สั่งซื้อสินค้า -ความรวดเร็วใน การแก้ไขเอกสาร ใบกำกับภาษี

จำแนกตามขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง)

พบว่าลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ในระดับมาก โดยลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและด้านพนักงานผู้ให้บริการในระดับมากตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่ขนาดของกิจการ มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 6 คนแต่ไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจทางด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่ขนาดของกิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 5 คนและลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่ขนาดของกิจการมีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คนขึ้นไปมีความพึงพอใจทางด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงาน ตั้งแต่ 6-30 คน และกลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานมีมากกว่า 51 คน มีความพึงพอใจด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัดอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงาน ตั้งแต่ 31-50 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มขนาดกิจการอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัยย่อย

ด้านราคา พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง กลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 31-50 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มอื่นๆมีความพึงพอใจในระดับมาก และในกลุ่มที่มีขนาดของกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 0-5 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดเงินสด และการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 5 คน พึงพอใจในระดับมากในทั้งสองปัจจัย ส่วนในปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา และด้านราคาสินค้าไม่แพงกว่าราคาสินค้าของคู่แข่ง กลุ่มที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 51 คน พึงพอใจในระดับมาก แต่กลุ่มที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 51 คนจะมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ ที่กลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 0-50 คน มีความพึงพอใจในระดับมาก และในกลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 31-50 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการแจ้งข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ และด้านความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากในขณะที่กลุ่มอื่นๆ พึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขายในระดับปานกลาง และในกลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 6-30 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขายในระดับปานกลาง และในกลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 31-50 คน มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย และด้านพนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ในระดับปานกลาง ขณะที่กลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มขนาดกิจการที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 6-50 คน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 0-5 คน และกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานที่มากกว่า 51 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง และพบว่าทุกกลุ่มขนาดกิจการมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้าน มีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ และด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มขนาดกิจการทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่กลุ่มที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 0-30 คนมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆในระดับปานกลาง และ

ในกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้าในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5.3 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง)

ส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง)				
	0-5 คน	6-10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คนขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	-บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	-การมีสินค้าพร้อมขาย	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด
ด้านราคา	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดเงินสด -การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ -การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ -ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา
ด้านการจัดจำหน่าย	-การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	-สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	-การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา	-ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า -การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ -บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อย อย่างทั่วถึง และเพียงพอ	-ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า -ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด -การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา -สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง -บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างทั่วถึง และเพียงพอ

ตารางที่ 5.3 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด จำแนกตามขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน/ลูกจ้าง)				
	0-5 คน	6-10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คนขึ้นไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	-การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า, การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า, การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ	-มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	-ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย -มีพนักงานที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-สภาพของรถส่งสินค้า
ด้านกระบวนการ	-ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าที่ออกมาใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า -ความรวดเร็วของขั้นตอนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าภายหลังจากขายสินค้าให้ลูกค้าแล้ว -ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี

จำแนกตามสถานภาพของกิจการ (ระยะเวลาการดำเนินงาน/ปี)

พบว่าลูกค้านักค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยลูกค้านักค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการ ในระดับมากตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานไม่เกิน 3 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมานานกว่า 3 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจในด้านราคา ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย ได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 0-3 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 7-10ปี มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านคุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า และด้านความมีชื่อเสียงของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 0-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 3 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในด้านราคา โดยรวมในระดับปานกลางและในปัจจัยย่อยพบว่า ระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการชำระด้วยการโอนเงินผ่านทางธนาคาร และด้านรับผิดชอบชดเชยส่วนต่างของราคาสินค้าให้กับลูกค้าทันทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคาอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นกลุ่มที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 0-3 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 7-10 ปี มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อในระดับมาก

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และในทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขายในระดับปานกลางทั้งหมด

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และในปัจจัยย่อยพบว่าทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ และด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง และในกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 4-6 ปี มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในเขตชุมชน เป็นที่รู้จักในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 0-3 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการ พบว่าระยะเวลาการดำเนินงานในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อยที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 4-10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ และด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า ในขณะที่กลุ่มอื่น มีความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 5.4 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามสถานภาพของกิจการ (ระยะเวลาการดำเนินกิจการ/ปี)

ส่วนประสมทางการตลาด	สถานภาพของกิจการ (ระยะเวลาการดำเนินกิจการ/ปี)			
	0-3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	นานกว่า 10 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	-การส่งมอบสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อที่ดี แข็งแรงและคงทนไม่เสียหาย	-การมีสินค้าพร้อมขาย	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	-คุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า
ด้านราคา	-รูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ
ด้านการจัดจำหน่าย	-ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า -มีสต็อกสินค้าเพียงพอตามความต้องการของลูกค้า	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอตามความต้องการของลูกค้า -การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอตามความต้องการของลูกค้า	-การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-ความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	-มีพนักงานที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	-มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ตารางที่ 5.4 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด จำแนกตามสถานภาพของกิจการ (ระยะเวลาการดำเนินงาน/ปี) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	สถานภาพของกิจการ (ระยะเวลาการดำเนินงาน/ปี)			
	0-3 ปี	4-6 ปี	7-10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี
ด้านกระบวนการ	-ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้า นับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า

จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)

พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย ได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นกลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ในระดับปานกลาง

ด้านราคา พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งหมด ก็คือด้านความ

รับผิดชอบชดเชยส่วนต่างของราคาสินค้าให้กับลูกค้าทันทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคา และด้านรูปแบบการชำระด้วยการโอนเงินผ่านทางธนาคาร และนอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าไม่ได้แพงกว่าราคาสินค้าของคู่แข่งอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาควบคู่กับบริการที่ลูกค้าได้รับ ก็พบว่าทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ในระดับมากทั้งหมด

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าระยะเวลาการดำเนินกิจการในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และในทุกปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นกลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อในระดับมาก

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขายในระดับปานกลาง และพบว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า 0-1 ปี มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขายในระดับปานกลาง และในกลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขายในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์ในปัจจัยย่อยอื่นๆกับระยะเวลาการเป็นลูกค้ากลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมากทั้งสิ้น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และพบว่าทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ และด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในเขตชุมชน เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยย่อยกับระยะเวลาการเป็นลูกค้ากลุ่มอื่นมีความพึงพอใจในระดับมากทั้งสิ้น

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มตามระยะเวลาการเป็นลูกค้าทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากและเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ และกลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าช่วง 0-1 ปี มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ด้านความรวดเร็วของขั้นตอนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าภายหลังจากขายสินค้าให้ลูกค้าแล้ว และด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า ในระดับปานกลาง และกลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของขั้นตอนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าภายหลังจากขายสินค้าให้ลูกค้าแล้วอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5.5 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)

ส่วนประสมทางการตลาด	ระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)		
	0-1 (ปี)	เกิน 1 ปีแต่ไม่ถึง 4 ปี	≥ 4 (ปี)
ด้านผลิตภัณฑ์	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	-การส่งมอบสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อที่ดี แข็งแรงและคงทนไม่เสียหาย	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด
ด้านราคา	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ
ด้านการจัดจำหน่าย	-ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด -การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา -การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	-การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ

ตารางที่ 5.5 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี) (ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาด	ระยะเวลาการเป็นลูกค้า (ปี)		
	0-1 (ปี)	เกิน 1 ปีแต่ไม่ถึง 4 ปี	≥ 4 (ปี)
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการ สั่งซื้อ -บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการแจ้ง ข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการ ขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่ม ร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการ สั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการ สั่งซื้อ
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	-บุคลิกภาพของพนักงานจัดส่ง -มารยาทในการพูดจาและการ ปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	-พนักงานมีการให้บริการที่ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	-พนักงานมีการให้บริการที่ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	-บริเวณที่ตั้งของบริษัทมี สภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี สะอาด ปลอดภัย	-ความถูกต้องแม่นยำของ เอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสาร ใบกำกับภาษี
ด้าน กระบวนการ	-ความรวดเร็วของกระบวนการใน การให้ข้อมูล และรายละเอียดของ สินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่ เดิมกับลูกค้า	-ความรวดเร็วของกระบวนการ ในการให้ข้อมูล และ รายละเอียดของสินค้าที่ออก ใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับ ลูกค้า	-ความรวดเร็วในการแก้ไข เอกสารใบกำกับภาษี

จำแนกตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือน (ครั้ง)

พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง
การตลาดโดยรวม ในระดับมาก โดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม มีความพึง
พอใจต่อด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้าน
ลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในด้านราคา ในระดับปานกลาง
ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป มี

ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก และลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ ตั้งแต่ 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 4 ครั้ง มีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย ได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากทั้งหมด ยกเว้นกลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือนไม่เกิน 4 ครั้งต่อเดือน ที่มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียงของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ในระดับปานกลาง

ด้านราคา พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ซึ่งกลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าแม้ความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าไม่ได้แพงกว่าราคาสินค้าของกลุ่มคู่แข่ง จะอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาควบคู่กับบริการแล้วจะพบว่า ลูกค้าสามารถยอมรับได้

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากทั้งหมด ยกเว้นกลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป พบว่ามีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างทั่วถึง และเพียงพอ ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อตั้งแต่ 1-4 ครั้ง ต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยในระดับมากทุกกลุ่ม ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย และด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ ด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ ด้านสถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในเขตชุมชนเป็นที่รู้จัก

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่กลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อตั้งแต่ 1-4 ครั้ง มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ ในระดับปานกลาง และในกลุ่มที่มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อ 3-4 ครั้ง มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้าในระดับปานกลาง ส่วนความสัมพันธ์ในปัจจัยอื่นพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 5.6 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือน (ครั้ง)

ส่วนประสมทางการตลาด	จำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือน (ครั้ง)		
	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด
ด้านราคา	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ -รูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ
ด้านการจัดจำหน่าย	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	-การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-รายการส่งเสริมการขาย มีการทำตั้งกองสินค้า จัดทำหัวชั้นเรียงสินค้า โปรโมตสินค้าที่ออกใหม่
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า,การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า,การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ	-มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-สภาพของรถส่งสินค้า

ตารางที่ 5.6 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด จำแนกตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือน (ครั้ง) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	จำนวนครั้งในการสั่งซื้อต่อเดือน (ครั้ง)		
	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป
ด้านกระบวนการ	-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า -ความเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	-ความเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า	-ความเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า -ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า -ความเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี

จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)

พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย และด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน ตั้งแต่ 5,001-100,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับ และลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อส่วน

ประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับปานกลางตามลำดับ เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยได้ว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อไม่เกิน 5,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวม และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อที่มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านราคา พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อมากกว่า 100,000 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และพบว่ามีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านรูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด และด้านรูปแบบการชำระด้วยการโอนเงินผ่านทางธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับน้อย ส่วนกลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อที่น้อยกว่า 5,000 แต่ไม่เกิน 100,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และพบว่าในกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีความพึงพอใจในระดับมาก นั่นคือแม้ราคาอาจแพงกว่าคู่แข่งแต่เมื่อพิจารณาควบคู่กับค่าบริการแล้ว กลุ่มลูกค้าสามารถยอมรับได้ และพบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านรูปแบบการชำระต่างกัน และกลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อที่มากขึ้นจะมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดเงินสด และด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อมากกว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อน้อย

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อในทุกกลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ใน 3 อันดับแรก ได้แก่ด้านมีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ด้านการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และด้านสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อในทุกกลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ด้าน

การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาด้านความถี่ที่ทางบริษัท ชิง ชิง เสง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการแจ้งข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อในทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดส่งสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า,การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า ,การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ ด้านมารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด 2 อันดับสุดท้าย คือด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขายและด้านความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย และมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อ ไม่เกิน 5,000 บาท และกลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อที่มากกว่า 100,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อ 5,001-100,000 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และพบว่ามีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่สูงสุด 3 อันดับแรก คือด้านความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี ด้านบริเวณที่ตั้งของบริษัทที่มีสภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี สะอาด ปลอดภัย และด้านพนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานที่ดูแล้วน่าเชื่อถือ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก และในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด 2 อันดับสุดท้าย คือด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ ด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อในทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย กลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อตั้งแต่ 5,001-100,000 บาท มีความพึงพอใจใน

ปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆและกลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อตั้งแต่ 10,001 ขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้าในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยย่อยที่สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ด้านความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี ด้านระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า และด้านความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า และในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยสุด 2 อันดับสุดท้าย คือด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า และด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก และปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 5.7 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)

ส่วนประสมทางการตลาด	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)				
	≤ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	> 100,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	-บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	-คุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภทและครบทุกขนาด	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภทและครบทุกขนาด	-การมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภทและครบทุกขนาด
ด้านราคา	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	-รูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด	-รูปแบบการชำระด้วยเช็ค	-รูปแบบการชำระด้วยเช็ค

ตารางที่ 5.7 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)				
	≤ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	> 100,000 บาท
ด้านการจัดจำหน่าย	-การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึงลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา -สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	-การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึงลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลา -การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	-ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไปถึงลูกค้ามีความรวดเร็ว ตรงตามเวลามีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการให้ข้อมูลการวางแผนการจัดรายการส่งเสริมการขายกับลูกค้าได้ทั่วถึง	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ)	-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	-ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	-มารยาทในการพุดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของ	-ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย	-มารยาทในการสื่อสารและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขาย -ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย -ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย -มารยาทในการพุดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง

ตารางที่ 5.7 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)				
	≤ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	> 100,000 บาท
					-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ -การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	-สภาพของรถส่งสินค้า
ด้านกระบวนการ	-ความรวดเร็วของการให้ข้อมูลและรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า -ระยะเวลาของการจัดส่งสินค้า นับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	-ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	-ระยะเวลาของการจัดส่งสินค้า นับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	-ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้ามีค่าน้อยกว่า

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ลูกค้าพบจากการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จำแนกตามส่วน ประสมทางการตลาดบริการ

พิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัญหาที่พบบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือด้านเงื่อนไขการ
รับประกันการเปลี่ยนสินค้ามีความยุ่งยาก ร้อยละ 42.4 ด้านความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เสง
จำกัดไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 36.5 และด้านความไม่พร้อมของการมีสินค้าพร้อมจำหน่าย ร้อยละ 9.8
ตามลำดับ

พิจารณาด้านราคา พบว่าปัญหาที่พบบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือด้านราคาแพงกว่าคู่แข่ง
ร้อยละ 41.6 ด้านการเจรจาต่อรองราคาสินค้าทำได้ยากร้อยละ 35.1 และด้านไม่มีการชดเชยส่วน
ต่างของราคาสินค้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาที่ถูกลง ร้อยละ 27.2 ตามลำดับ

พิจารณาด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาที่พบบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือด้านการจำหน่ายสินค้า
กระจายไม่ทั่วถึงกลุ่มลูกค้า ร้อยละ 40.7 ด้านการติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เสง ยุ่งยากและซับซ้อน
ร้อยละ 11.8 และด้านการขนส่งสินค้าล่าช้า ร้อยละ 10.1 ตามลำดับ

พิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุด 4 อันดับแรก คือด้าน
บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ให้ข้อมูลการวางแผนการจัดรายการส่งเสริมการขายไม่ทั่วถึง และล่าช้า
ร้อยละ 57.6 ด้านการจัดรายการส่งเสริมการขาย ไม่ทั่วถึงลูกค้า ร้อยละ 50.8 ด้านไม่มีการ
จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สินค้าราคาพิเศษ ร้อยละ 39.3 และด้านการจัดบสนับสนุนการทำ
กิจกรรมส่งเสริมการขาย ของการทำรายการตั้งกองสินค้า จัดทำห้วงชั้นเรียงสินค้าโปรโมตสินค้าที่
ออกใหม่มีความล่าช้า ร้อยละ 34.6 ตามลำดับ

พิจารณาด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าปัญหาที่พบบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือด้าน
พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหา และไม่สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้ ร้อยละ 45.5 ด้าน
พนักงานขาดความเอาใจใส่ติดตามงานกับลูกค้า ร้อยละ 37.9 และด้านพนักงานขาดความรู้
เกี่ยวกับสินค้า ร้อยละ 30.3 ตามลำดับ

พิจารณาด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัญหาที่พบบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือด้านขาด
การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และขาดความ
น่าเชื่อถือ ร้อยละ 50.0 ด้านไม่มีการตกแต่งป้ายโฆษณารถขนส่ง เป็นที่สังเกตเห็นยาก ไม่น่าสนใจ ร้อย
ละ 40.2 และด้านสถานที่ตั้งของบริษัทไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

พิจารณาด้านกระบวนการ พบว่าโดยปัญหาที่พบบมากที่สุด 4 อันดับแรก คือด้านมีความล่าช้าในกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ ร้อยละ 44.1 ด้านกระบวนการเปลี่ยนสินค้าทำได้ล่าช้า และมีข้อจำกัดยุ่งยาก ร้อยละ 32.0 ด้านกระบวนการแก้ไขปัญหาและการให้บริการหลังการขายล่าช้า ร้อยละ 29.2 และด้านกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้า กับลูกค้ามีความล่าช้า ร้อยละ 23.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.8 สรุปค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัญหาที่พบ	ปัจจัยหลัก	ร้อยละ
1	4.1 บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ให้ข้อมูลการวางแผนการจัดรายการส่งเสริมการขายไม่ทั่วถึง และล่าช้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	57.6
2	4.4 การจัดรายการส่งเสริมการขาย ไม่ทั่วถึงลูกค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	50.8
3	6.3 ขาดการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และขาดความน่าเชื่อถือ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	50.0
4	5.4 พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหา และไม่สามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	45.5
5	7.2 มีความล่าช้าในกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ	ด้านกระบวนการ	44.1
6	1.5 เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้ามีความยุ่งยาก	ด้านผลิตภัณฑ์	42.4
7	2.1 ราคาแพงกว่าคู่แข่ง	ด้านราคา	41.6
8	3.6 การจำหน่ายสินค้ากระจายไม่ทั่วถึงกลุ่มลูกค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	40.7
9	6.5 ไม่มีการตกแต่งป้ายโฆษณาชัดเจน เป็นที่สังเกตยาก ไม่น่าสนใจ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	40.2
10	4.2 ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย สินค้าราคาพิเศษ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	39.3

ตารางที่ 5.8 สรุปค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย (ต่อ)

อันดับ	ปัญหาที่พบ	ปัจจัยหลัก	ร้อยละ
11	5.3 พนักงานขาดความเอาใจใส่ติดตามงานกับลูกค้า	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	37.9
12	1.4 ความมีชื่อเสียงของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	36.5
13	2.5 การเจรจาต่อรองราคาสินค้าทำได้ยาก	ด้านราคา	35.1
14	4.5 การจัดงบประมาณสนับสนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย ของการทำรายการตั้งกองสินค้า จัดทำหัวชั้นเรียงสินค้า โปรโมตสินค้าที่ออกใหม่ มีความล่าช้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	34.6
15	7.5 กระบวนการเปลี่ยนสินค้าทำได้ล่าช้า และมีข้อจำกัดยุ่งยาก	ด้านกระบวนการ	32.0
16	5.2 พนักงานขายขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	30.3
17	7.4 กระบวนการแก้ไขปัญหาและการให้บริการหลังการขายล่าช้า	ด้านกระบวนการ	29.2
18	2.4 ไม่มีการชดเชยส่วนต่างของราคาสินค้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาที่ถูกกลง	ด้านราคา	27.2
19	7.1 กระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้า กับลูกค้ามีความล่าช้า	ด้านกระบวนการ	23.3
20	6.6 สถานที่ตั้งของบริษัท ไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านลักษณะทางกายภาพ	20.8
21	6.2 เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานดูแล้วไม่น่าเชื่อถือ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	18.0
22	4.3 การจัดรายการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	17.7
23	6.4 สภาพของรถส่งสินค้าอยู่ในสภาพที่เก่า ทรุดโทรม	ด้านลักษณะทางกายภาพ	13.2
24	2.3 การไม่มีส่วนลดเงินสด	ด้านราคา	12.1
25	3.2 การติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เสง ยุ่งยากและซับซ้อน	ด้านการจัดจำหน่าย	11.8
26	2.2 มีการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย	ด้านราคา	10.9

ตารางที่ 5.8 สรุปค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย (ต่อ)

อันดับ	ปัญหาที่พบ	ปัจจัยหลัก	ร้อยละ
27	3.3 การขนส่งสินค้าล่าช้า	ด้านการจัดจำหน่าย	10.1
28	1.6 ความไม่พร้อมของการมีสินค้าพร้อมจำหน่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	9.8
29	1.1 สินค้าที่ให้เลือกไม่ครบกลุ่มประเภท และมีขนาดของสินค้าไม่ครบ	ด้านผลิตภัณฑ์	9.3
30	5.9 การติดต่อกับพนักงานขายไม่สะดวก ติดต่อได้ยาก	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	8.7
31	3.5 การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ	ด้านการจัดจำหน่าย	4.8
32	3.1 การสั่งซื้อสินค้ามีความยุ่งยาก	ด้านการจัดจำหน่าย	4.2
33	6.1 เอกสารใบกำกับภาษีมักเกิดความผิดพลาดที่ต้องแก้ไข	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.2
34	7.3 ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้าใช้เวลานาน	ด้านกระบวนการ	4.2
35	5.8 พนักงานมีการให้บริการที่ไม่น่าเชื่อถือและไม่น่าไว้วางใจ	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.9
36	6.7 บริเวณโดยรอบที่ตั้งของบริษัทมีสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี	ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.1
37	5.5 บุคลิกภาพของพนักงานจัดส่ง	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	2.5
38	5.7 พนักงานจัดส่งให้บริการช้าและขาดความถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	2.2
39	1.2 สินค้าที่ได้รับมอมมีคุณภาพต่ำ อายุสั้น เป็นสินค้าเก่า	ด้านผลิตภัณฑ์	2.0
40	5.1 พนักงานขายขาดมนุษยสัมพันธ์ และมารยาทในการปฏิบัติงาน	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	1.7
41	3.4 สินค้าในสต็อกไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	1.4
42	5.6 พนักงานจัดส่งขาดมารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	1.4

5.2 อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาผลสรุปจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ผู้ศึกษาใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลดังนี้

ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่าลูกค้าผู้ใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อยต่อปัจจัยย่อยในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา เมื่อพิจารณาควบคู่กับปัญหาที่ลูกค้าผู้ใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบมากที่สุด 10 อันดับแรก ก็มีความสอดคล้องกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำกับปัจจัยย่อยในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา และพบว่านอกจากความพึงพอใจในระดับต่ำ ใน 2 ปัจจัยหลักแล้ว ยังพบว่ามีปัญหาในปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัญหาสูงมาก ดังนั้นเราต้องทำการแก้ไขในปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงก่อนเพื่อลดระดับของการเกิดปัญหาและขณะเดียวกัน จะเป็นการช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจในปัจจัยอื่นๆ ให้สูงขึ้น

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด นำมาอภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ ฟิลิป คอตเลอร์ (อ้างในอคุลย์ จาตุรงค์กุล 2546: 44-45) โดยความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ในภาพรวมเรียงลำดับปัจจัยหลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 5 ปัจจัย คือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยหลักที่อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง 2 ปัจจัย ได้แก่ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจระดับปานกลางตามลำดับ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชูชาติ ดอนชัย (2547) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย ที่พบว่าลูกค้าผู้มาใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขา

เชียงราย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก พบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ตามลำดับ และให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการชื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชื้อครั้งนี้ คือปัจจัยที่ลูกค้ายกย่องตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านพนักงานผู้ให้บริการ ตามลำดับ และปัจจัยที่ลูกค้ายกย่องตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ และแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้าครบครันทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาดมากที่สุด และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียง ของ บริษัท ชิง ชิง เสง น้อยที่สุด ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างที่ใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของชนิดสินค้ามากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้าที่น้อยสุด ซึ่งเมื่อเทียบกับผลการศึกษาของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด พบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้านี้เกือบน้อยสุดเช่นกัน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าลูกค้ายกย่องตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาเทียบกับของ บริษัท ชิง ชิง

เสง จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับมากแต่ไม่มากที่สุด ซึ่งพบว่าสามารถเพิ่มความพึงพอใจได้ และผลที่ได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่มากที่สุด คือมีความหลากหลายของปริมาณบรรจุให้เลือกซื้อ

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของ บริษัท ชิง ชิง จำกัด มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับมากที่สุด และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านรูปแบบการชำระเงินด้วยวิธีการโอนเงินผ่านธนาคารน้อยที่สุด ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นกสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดเงินสดน้อยที่สุด ซึ่งจากผลการศึกษาของ นกสร คชสาร (2547) พบว่าบริษัท ชิง ชิง จำกัด สามารถเพิ่มความพึงพอใจในด้านราคาให้สูงขึ้นได้ โดยการเสนอวิธีการชำระที่หลากหลายสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีสินค้าที่มีราคาถูกกว่ามากที่สุด ซึ่งพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้บริการจากราคาที่ถูกมากกว่า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย

ด้านราคาน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงไลฟ์ไฟมากที่สุด และการตัดสินใจซื้อลูกค้ายจะให้ความสำคัญกับด้านราคาสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าย่อยอย่างทั่วถึง และเพียงพอ น้อยที่สุด ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นภสร กชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่ามีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการที่น้อยที่สุด ซึ่งจากผลการศึกษาของ นภสร กชสาร (2547) ทำให้พบว่า บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด สามารถเพิ่มความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ และกระจายสินค้าให้ทั่วถึงลูกค้ายทุกกลุ่ม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจรวมต่อกิจการให้สูงขึ้น และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่มีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าผลการศึกษาในด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการวางผังตำแหน่งสินค้าแต่ละแผนกไว้อย่างชัดเจนมากที่สุด ซึ่งเป็นประเด็นที่พบว่าลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างจะพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการที่สามารถอำนวยความสะดวกได้มากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียงไลฟ์ไฟจากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีบริการส่งให้ถึงร้านมากที่สุด ซึ่งในปัจจัยย่อยดังกล่าวนี้พบว่าลูกค้ายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจในระดับมาก แต่ไม่มากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านความสม่ำเสมอของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลอย่างต่อเนื่องมากที่สุด แต่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดด้านการจัดทำรายการส่งเสริมการขายที่น้อยที่สุดเหมือนกัน ซึ่งจากปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดดังกล่าวทั้งสองการศึกษาสามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ โดยเพิ่มการทำรายการส่งเสริมการขาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าผลการศึกษาในด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านการมีแผนพับหรือวารสารโฆษณามากที่สุด ซึ่งมีการมุ่งเน้นกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด มีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านพนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารและ

ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขายมากที่สุด แต่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขายเหมือนกัน ซึ่งจากปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจน้อยสุดดังกล่าวทั้งสองการศึกษาสามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีบุคลากรที่ให้ความช่วยเหลือลูกค้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านพนักงานขายน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์มีอัตราที่ดี

ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษีมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษีมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจน้อยสุดซึ่งการศึกษาของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่น้อยสุดด้านมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ ส่วนการศึกษาของ นภสร คชสาร (2547) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่น้อยสุดด้านรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าในแม็กกาซีนเพียงพอต่อการตัดสินใจ และไม่สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิจจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านตราหือเนสท์เล่เพียวไลฟ์มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ มากที่สุด

ด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสาร ใบกำกับภาษีมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ น้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานกสร คชสาร (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้ามากที่สุด ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ในปัจจัยย่อยดังกล่าวเกือบมากที่สุด และผลการศึกษานกสร คชสาร (2547) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในกระบวนการเปลี่ยนสินค้าน้อยสุด และไม่สอดคล้องกับผลของการศึกษาของ นายชูชาติ ดอนชัย (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างแม็คโคร สาขาเชียงราย พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีขั้นตอนการชำระเงินที่มีความถูกต้องแม่นยำมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานกสร นิจารีย์ ประสูตรรุ่งเรือง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในการซื้อน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์จากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีกระบวนการจัดส่งน้ำดื่มตราเนสท์เล่เพียวไลฟ์ที่รวดเร็ว มากที่สุด ซึ่งในปัจจัยย่อยดังกล่าวนี้พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีความพึงพอใจในระดับมากเป็นอันดับ 2 ดังนั้นแล้วหากสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวให้มากขึ้น จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการของบริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มากขึ้น

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบว่า เหตุผลที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ที่มีความถี่สูงสุด 3 อันดับแรก คือมีบริการจัดส่งสินค้าจากผู้ตอบแบบสอบถาม 279 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมา คือดูแลและรับผิดชอบกรณีสินค้ามีปัญหา จำนวน 268 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 75.3 มีสินค้าครบ มีสินค้าสดใหม่ จำนวน 222 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 62.4 และเหตุผลที่มีความถี่น้อยสุด 3 อันดับ คือความเป็นกันเอง จำนวน 131 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้เหมาะสม จำนวน 98 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 27.5 และราคาถูกจำนวน 67 ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ตามลำดับ และพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ในปีจ้อย่อย 3 อันดับแรก แสดงดังตาราง

ตารางที่ 5.9 สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและปีจ้อย่อย 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปีจ้อย่อย

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเฉลี่ยรวม
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับ 2	
-การมีสินค้าครบถ้วนทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)
-คุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า	3.93 (มาก)	
-การมีสินค้าพร้อมขาย	3.91 (มาก)	
ด้านราคา	อันดับ 6	
-ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.68 (มาก)	3.38(ปานกลาง)
-มีรูปแบบการชำระเงินด้วยเงินสด	3.60 (มาก)	

ตารางที่ 5.9 สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเฉลี่ยรวม
-มีรูปแบบการชำระด้วยเช็ค	3.53 (มาก)	
ด้านการจัดจำหน่าย	อันดับ 1	
-มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)
-สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.95 (มาก)	
-การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	3.96 (มาก)	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	อันดับ 7	
-การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.57 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
-ความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.32 (ปานกลาง)	
-บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีการแจ้งข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ	3.26 (ปานกลาง)	
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	อันดับ 3	
-พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)
-การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า,การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า ,การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ	3.83 (มาก)	
-มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	3.82 (มาก)	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	อันดับ 5	
-ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	3.89 (มาก)	
-บริเวณที่ตั้งของบริษัทมีสภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี สะอาด ปลอดภัย	3.69 (มาก)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 5.9 สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลัก (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (ระดับความพึงพอใจ)	ค่าเฉลี่ยรวม
-พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานที่ดูแล้วน่าเชื่อถือ	3.60 (มาก)	
ด้านกระบวนการ	อันดับ 4	
-ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	3.85 (มาก)	3.66 (มาก)
-ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	3.84 (มาก)	
-ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า	3.76(มาก)	

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบ ข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

-พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยย่อย ด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า

ด้านราคา

-กลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการแต่ละประเภทมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการชำระเงินที่ไม่เหมือนกัน พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจที่มียอดการสั่งซื้อไม่มาก จะพึงพอใจกับรูปแบบการชำระเป็นเงินสด ส่วนที่มียอดการสั่งซื้อสูง จะพึงพอใจในรูปแบบการชำระเป็นเช็ค และรูปแบบการชำระที่ส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพึงพอใจน้อยสุด คือรูปแบบการชำระที่ต้องโอนเงินผ่านธนาคาร ซึ่งเป็นวิธีที่ยุ่งยาก และไม่สะดวก

-กลุ่มประเภทธุรกิจที่มียอดการสั่งซื้อที่มากขึ้นจะมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดเงินสด และด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ มากกว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อน้อย

-ส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเกือบทุกกลุ่มมองว่าราคาของบริการที่บริษัทเสนอให้กับลูกค้า นั้น เป็นราคาที่เหมาะสมกับบริการ ถึงแม้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในบางรายอาจแพงกว่าแต่เมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ลูกค้าได้รับ พบว่าเป็นราคาที่มีความเหมาะสมกับบริการ นั่นคือเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับราคาที่ต่างจากคู่แข่งได้ แต่ปัญหาด้านนี้ทางบริษัทไม่ควรละเลย เพราะการบริการที่เรามีเหนือคู่แข่งนั้น ไม่ได้หมายความว่า คู่แข่งไม่สามารถเสนอบริการเหล่านี้ให้ลูกค้าได้ ฉะนั้น ทางบริษัทต้องรีบทำการแก้ไขและปรับปรุงก่อนคู่แข่ง

ด้านการจัดจำหน่าย

-พบว่ามีปัญหาในปัจจัยย่อยด้านการมีหน่วยรถกระจายสินค้าที่ยังไม่ทั่วถึงและไม่เพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

-พบว่ามูลค่าเฉลี่ยของปัญหาที่สูงที่สุด และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับที่ต่ำที่สุด เมื่อพิจารณาเทียบกับด้านอื่น ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยด้านการขาดการจัดรายการส่งเสริมการขาย และด้านขาดการให้ข้อมูลการจัดรายการส่งเสริมการขายที่ทั่วถึง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

-พบว่าปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงและลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับต่ำต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย ด้านพนักงานขายขาดความเอาใจใส่ติดตามงานกับลูกค้า และด้านพนักงานขายขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ

-พบว่าปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับต่ำต่อปัจจัยย่อยด้านการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ และด้านมีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ

ด้านกระบวนการ

-พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเกือบทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับต่ำต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า และด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคา สินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่าง ๆ แต่เมื่อพิจารณาเทียบกับปัญหาพบว่า มีค่าเฉลี่ยของปัญหาไม่สูงมากนัก แต่ควรต้องแก้ไขเพื่อปรับความพึงพอใจให้สูงขึ้น

ตารางที่ 5.10 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยหลัก
1	รายการส่งเสริมการขาย สินค้าราคาพิเศษ	2.94	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
2	โอนเงินผ่านทางธนาคาร	2.96	ปานกลาง	ราคา
3	รายการส่งเสริมการขาย ที่มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าทดลองอย่างทั่วถึง เมื่อมีสินค้าออกใหม่	2.97	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
4	รายการส่งเสริมการขาย ที่มีการแถมสินค้ามีของแถม	3.05	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
5	รายการส่งเสริมการขาย มีการทำตั้งกองสินค้า จัดทำหิวชั้นเรียงสินค้า โปรโมตสินค้าที่ออกใหม่	3.07	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
6	ราคาสินค้าไม่ได้แพงกว่าราคาสินค้าของคู่แข่ง	3.24	ปานกลาง	ราคา
7	บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด มีการให้ข้อมูลการวางแผนการจัดรายการส่งเสริมการขายกับลูกค้าได้ทั่วถึง	3.18	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
8	ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา	3.19	ปานกลาง	ราคา
9	รับผิดชอบชัดเจนส่วนต่างของราคาสินค้าให้กับลูกค้าทันทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคา	3.16	ปานกลาง	ราคา

ตารางที่ 5.10 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยหลัก
10	บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด มีการแจ้งข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มร้านค้าประเภทต่างๆอยู่เสมอ	3.26	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
11	มีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ	3.27	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ
12	มีการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถจนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ	3.32	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ
13	ความถี่ที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เฮง จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้ามีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.32	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด
14	ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย	3.37	ปานกลาง	พนักงานผู้ให้บริการ
15	ความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ	3.42	ปานกลาง	กระบวนการ
16	สถานที่ตั้งของบริษัทอยู่ในเขตชุมชน เป็นที่รู้จัก	3.44	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ
17	การให้ส่วนลดเงินสด	3.45	ปานกลาง	ราคา
18	ความมีชื่อเสียงของ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด	3.46	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์
19	ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.50	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
20	สภาพของรถส่งสินค้า	3.51	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
21	ความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า	3.51	มาก	กระบวนการ
22	ชำระด้วยเช็ค	3.53	มาก	ราคา
23	การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.57	มาก	การส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 5.10 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยหลัก
24	การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.58	มาก	ราคา
25	ความรวดเร็วของขั้นตอนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าหลังจากขายสินค้าให้ลูกค้าแล้ว	3.60	มาก	ราคา
26	พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบพนักงานที่ดูแล้วน่าเชื่อถือ	3.60	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
27	มีรูปแบบการชำระเงินหลายช่องทาง ชำระเงินด้วยเงินสด	3.60	มาก	กระบวนการ
28	ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย	3.67	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
29	บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด มีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยอย่างทั่วถึง และเพียงพอ	3.68	มาก	การจัดจำหน่าย
30	ราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.68	มาก	ราคา
31	บริเวณที่ตั้งของบริษัทมีสภาพแวดล้อม และบรรยากาศที่ดี สะอาดปลอดภัย	3.69	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
32	เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า	3.73	มาก	ผลิตภัณฑ์
33	ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้ข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าที่ออกใหม่ และสินค้าที่มีอยู่เดิมกับลูกค้า	3.76	มาก	กระบวนการ
34	มารยาทในการสื่อสารและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานขาย	3.76	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
35	บุคลิกภาพของพนักงานจัดส่ง	3.76	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
36	มีพนักงานที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้องตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	3.77	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
37	ความสะดวกในการติดต่อกับบริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด	3.78	มาก	การจัดจำหน่าย

ตารางที่ 5.10 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยหลัก
38	บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด จำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.82	มาก	ผลิตภัณฑ์
39	มารยาทในการพูดจาและการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานจัดส่ง	3.82	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
40	การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน เช่น การจัดสินค้าและดูแลสินค้าในสต็อกของลูกค้า,การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านให้กับลูกค้า ,การรับออเดอร์ด่วนและบริการจัดส่งสินค้าด่วน ฯ	3.83	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
41	ระยะเวลาของกระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อสินค้า	3.84	มาก	กระบวนการ
42	ความรวดเร็วในการแก้ไขเอกสารใบกำกับภาษี	3.85	มาก	กระบวนการ
43	การส่งมอบสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อที่ดี แข็งแรงและคงทนไม่เสียหาย	3.86	มาก	ผลิตภัณฑ์
44	มีสินค้าหลากหลายประเภทสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.86	มาก	ผลิตภัณฑ์
45	พนักงานมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	3.87	มาก	พนักงานผู้ให้บริการ
46	ความถูกต้องแม่นยำของเอกสารใบกำกับภาษี	3.89	มาก	ลักษณะทางกายภาพ
47	ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	3.90	มาก	การจัดจำหน่าย
48	การมีสินค้าพร้อมขาย	3.91	มาก	ผลิตภัณฑ์
49	การขนส่งสินค้าจากบริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ไปถึง ลูกค้ามีความรวดเร็วตรงตามเวลา	3.91	มาก	การจัดจำหน่าย
50	คุณภาพความสดใหม่ของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า	3.93	มาก	ผลิตภัณฑ์
51	สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.95	มาก	การจัดจำหน่าย
52	การจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	3.96	มาก	การจัดจำหน่าย

ตารางที่ 5.10 สรุปความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ต่อปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยหลัก
53	มีสต็อกสินค้าเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	3.98	มาก	การจัดจำหน่าย
54	การมีสินค้าครบถ้วนทุกกลุ่มประเภท และครบทุกขนาด	4.04	มาก	ผลิตภัณฑ์

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด พบว่าในส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่ยังพบว่ามีความกังวลของปัญหาในปัจจัยย่อยด้านเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า ที่ยุ่งยากและมีความล่าช้า ซึ่งทาง บริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ต้องมีการปรับปรุงในวิธีการรับคืนหรือการเปลี่ยนให้เป็นขั้นตอนและสร้างมาตรฐานของระยะเวลาการเปลี่ยนหรือการรับประกันให้เป็นระบบ รวมไปถึงลดขั้นตอนและเงื่อนไขที่ไม่จำเป็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการซื้อขายกันมากขึ้น รวมถึงเกิดการยอมรับและเข้าใจในวิธีการที่เป็นมาตรฐาน และจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการของบริษัท ชิง ชิง เฮง จำกัด ที่สูงขึ้น

ด้านราคา (Price) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และพบว่ามีความกังวลของปัญหาในปัจจัยย่อยด้านราคาแพงกว่าคู่แข่ง ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านราคา รองลงมาคือด้านการเจรจาต่อรองสินค้าทำได้ยาก และเมื่อพิจารณาคู่กับ

ระดับความพึงพอใจแล้วเราพบว่า ในด้านปัญหาที่ราคาแพงกว่าคู่แข่งแต่เมื่อเทียบกับบริการที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มีให้ นั้น พบว่าเป็นราคาที่มีความเหมาะสมกับบริการ นั่นคือลูกค้ายอมรับได้ในราคาที่ต่างจากคู่แข่งเมื่อมีการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง แต่ในประเด็นดังกล่าวนี้ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไม่ควรละเลย เนื่องจากการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งของทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด นั้นคู่แข่งสามารถเรียนรู้ และปรับปรุงได้ซึ่งหากมีบริการที่ทัดเทียมแล้ว จะทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งแทน ดังนั้นทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ต้องมีการปรับปรุง และนำเสนอ การให้บริการในด้านอื่นที่คู่แข่งไม่สามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ เช่น การเปลี่ยนสินค้าที่มี ปัญหาให้ลูกค้าได้ตามจำนวนที่คืนจริง การเข้าไปดูแลจัดเรียงสินค้า หรือการรับผิดชอบชดเชยส่วน ต่างของราคาสินค้าให้กับลูกค้าทันทีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของราคาแทนที่จะแข่งขันในด้านการลด ราคาให้ถูกลง ซึ่งจะเกิดปัญหาในระยะยาว เนื่องจากจะทำให้โครงสร้างราคาเสียและท้ายที่สุดจะทำให้ การทำกำไรของกิจการลดลง และจากข้อมูลการศึกษาพบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจของกิจการ แต่ละ ประเภทมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการชำระเงินที่ไม่เหมือนกัน พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจที่มียอด การสั่งซื้อไม่มาก จะพึงพอใจกับรูปแบบการชำระเป็นเงินสด ส่วนที่มียอดการสั่งซื้อสูงจะพึงพอใจ ในรูปแบบการชำระเป็นเช็ค และรูปแบบการชำระที่ส่วนใหญ่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถามพึงพอใจน้อยสุด คือ รูปแบบการชำระที่ต้องโอนเงินผ่านธนาคาร ซึ่งเป็นวิธีที่ยุ่งยาก และไม่สะดวก ดังนั้นทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จะต้องมีการวางรูปแบบการชำระเงินที่เหมาะสม กับกลุ่มประเภทธุรกิจแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้พบว่ากลุ่มประเภทธุรกิจที่มียอดการสั่งซื้อที่มากขึ้น จะมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการให้ส่วนลดเงินสด และด้านการให้ส่วนลดตามปริมาณการ สั่งซื้อมากกว่ากลุ่มที่มียอดการสั่งซื้อน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าจะได้รับเงื่อนไขที่พิเศษขึ้น เมื่อมีการซื้อในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งเป็นเงื่อนไขเพื่อดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มากขึ้น

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผลการศึกษาพบว่าถึงแม้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่ยังพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงในปัจจัย ย่อยด้านการมีหน่วยรถจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่ไม่ทั่วถึง และไม่เพียงพอ ทำให้ไม่ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั้งหมด ซึ่งทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด อาจต้องมีการวางแผนกับพนักงาน ขาย ในวิธีการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงและครอบคลุม เพื่อให้สามารถสร้างฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น แต่

เมื่อเน้นการกระจายที่มากขึ้น สิ่งก็ตามมานั้นคือต้นทุนของกิจการจะสูงขึ้น ดังนั้นเพื่อให้กิจการเติบโตและมั่นคง ต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นจะต้องสอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหาก บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด สามารถสร้างฐานลูกค้าได้มากขึ้น โอกาสการเติบโตของกิจการก็จะเพิ่มมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และพบปัญหาในหลายปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยของปัญหาที่สูงที่สุด คือปัจจัยด้านการขาดการจัดรายการส่งเสริมการขาย และด้านขาดการให้ข้อมูลการจัดรายการส่งเสริมการขายที่ทั่วถึง ดังนั้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวให้สูงขึ้นทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จะต้องมีการจัดทำรายการส่งเสริมให้มากขึ้น ซึ่งในการจัดทำรายการส่งเสริมนั้นมีด้วยกันหลายแบบ ดังนั้นควรเลือกใช้แบบที่เพิ่มต้นทุนของกิจการน้อยที่สุด เช่นเสนอให้ทาง บริษัท ฟริสแลนด์ ฟู้ดส์ โพรโมสต์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีการแจกสินค้าตัวอย่างที่เป็นสินค้าใหม่ เพื่อกระจายและสร้างการรับรู้ให้ทั่วถึงกลุ่มผู้บริโภค ทำการส่งเสริมทางการตลาดโดยการแจกสินค้าพรีเมียมที่ทาง บริษัท ฟริสแลนด์ ฟู้ดส์ โพรโมสต์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้เตรียมให้โดยกระจายให้ถึงกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม เนื่องจากมักพบกับปัญหาในส่วนของกรกระจายสินค้าพรีเมียมที่ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด มักได้รับไม่เพียงพอกับการกระจายให้กับกลุ่มลูกค้า ทำให้มีการจำกัดโควต้าให้กับลูกค้าในบางกลุ่มทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จึงได้มีการวางแผนการแจกสินค้าพรีเมียมให้กับลูกค้า และนำเสนอข้อมูลบางส่วนให้กับ บริษัท ฟริสแลนด์ ฟู้ดส์ โพรโมสต์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการจัดทำรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ของ บริษัท ฟริสแลนด์ ฟู้ดส์ โพรโมสต์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ที่ยังไม่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ดีพอ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหารวมถึงกระตุ้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในหลาย ๆ รูปแบบเพิ่มรายการที่น่าสนใจให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่นจัดทำรายการตั้งกองนำเสนอสินค้าที่ออกใหม่ การจัดสินค้าขึ้นหิ้งชั้นให้เป็นหมวดหมู่ น่าดึงดูดให้ซื้อ การทำราคาพิเศษรับเทศกาลต่างๆ หรือการทำรายการแจกพรีเมียมเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าที่ร่วมรายการในร้านค้าครบตามเงื่อนไข การจัดบูตชงชิมให้กับร้านของลูกค้า เพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับร้านของลูกค้า และเป็นการช่วยสร้างสีสัน บรรยากาศในร้านค้าให้น่าสนใจ รวมถึงการเลือกสินค้าของแถมควรเป็นสินค้าที่น่าสนใจอยู่ในความต้องการของตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถกระตุ้นความสนใจของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่พบว่ายังมีปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงในปัจจุบันอยู่ ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย ด้านพนักงานขายขาดความเอาใจใส่ติดตามงานกับลูกค้า และด้านพนักงานขายขาดความรู้เกี่ยวกับสินค้า ซึ่งทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ควรต้องรีบทำการปรับปรุง แก้ไขและในงานด้านบริการนั้น ส่วนประสมทางการตลาดที่เราจะต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษก็คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการถือว่ามีความสำคัญมาก เพราะการส่งมอบบริการที่จะถึงลูกค้า นั้นจะถูกส่งผ่านโดยพนักงานในอันดับแรก ไปจนเสร็จสิ้นกระบวนการทั้งหมดของบริการ ดังนั้นแล้วการสร้าง ความพึงพอใจหรือความรู้สึกระประทับใจในด้านแรกนั้นลูกค้าจะสัมผัสได้จากพนักงาน ฉะนั้นต้องสร้างการรับรู้ การเรียนรู้ การเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้าแก่พนักงานทุกคน เพื่อให้ตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ และปัญหาในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าในการบริการและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าให้เกิดแก่ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ดังนั้นพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการกับลูกค้าต้องตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการของลูกค้า และติดตามเอาใจใส่ มีการแจ้งผลความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นแล้วทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ไม่อาจละเลยปัญหาในด้านพนักงานผู้ให้บริการได้เลย โดยทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จะต้องมีการจัดประชุม จัดอบรมให้ความรู้ในการให้บริการในด้านต่างๆ และจัดให้มีการทดสอบและพัฒนาทักษะความสามารถของพนักงานที่มีอยู่ เพื่อให้มีการพัฒนาและถูกนำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุด รวมถึงฝึกการสร้างวินัย สร้างความรับผิดชอบในด้านการทำงานต่างๆเพิ่มขึ้น และขณะเดียวกันการโน้มน้าวให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ต้องมีการให้เงินรางวัลพิเศษเมื่อปิดยอดการขายได้เงินตอบแทนความขยัน โบนัสช่วงเวลา โบนัสประจำปี สวัสดิการพิเศษต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างแรงจูงใจ และเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน ซึ่งจะช่วยการกระตุ้นการทำงานของพนักงานได้มาก และจะทำให้พนักงานแสดงความสามารถที่มีออกมาอย่างเต็มที่ และพร้อมจะสู้กับทุกสถานการณ์ งานในด้านการให้บริการก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ดีขึ้นตามมา

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่ยังพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงในปัจจุบันย้อย ด้านมีการนำเอาอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการขายสินค้า และอำนวยความสะดวกในการขายสินค้าให้กับลูกค้า เพื่อความรวดเร็ว และความน่าเชื่อถือ และด้านการตกแต่งป้ายโฆษณาตัวรถขนส่งได้สวยงาม น่าสนใจ ซึ่งปัญหาดังกล่าวทางบริษัทสามารถแก้ไขได้โดยทาง บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด จะต้องมีการลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และเป็นการช่วยสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจของกิจการ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น

ด้านกระบวนการ (Process) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับต่ำต่อย้อยด้านความรวดเร็วของกระบวนการเปลี่ยนสินค้า และด้านความรวดเร็วของกระบวนการทำใบเสนอราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายสินค้าต่าง ๆ แต่เมื่อพิจารณาเทียบกับปัญหาพบว่า มีค่าเฉลี่ยของปัญหาไม่สูงมากนัก แต่ควรต้องแก้ไขเพื่อปรับความพึงพอใจให้สูงขึ้น ซึ่งไม่ทำให้ต้นทุนของกิจการสูงขึ้น ดังนั้นควรพิจารณาปรับปรุงแก้ไข ลดขั้นตอนที่ยุ่งยากและไม่จำเป็นในแต่ละกระบวนการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบ และกำหนดหน้าที่การดูแลในแต่ละขั้นตอนให้พนักงานรับผิดชอบ ซึ่งจะช่วยให้การดูแลลูกค้ามีความต่อเนื่อง และให้ข้อมูลที่ชัดเจนกับลูกค้าได้เพื่อให้อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการ และเชื่อมั่นในความรับผิดชอบของ บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด ที่มีต่อลูกค้า

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาต่อของครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาในส่วนของคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อกันและกัน เป็นเสมือนแรงเสริมซึ่งกันและกัน ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับทั้งสองส่วนนี้ จะขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่ได้ หากขาดคุณภาพการบริการหรือขาดการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าย่อมลดลง หรือแม้ว่าการบริการจะมีคุณภาพเพียงใด แต่หากขาดการบริหารความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว การบริการนั้นยังถือว่าไม่ประสบความสำเร็จในการครองใจลูกค้า แต่หากบริการที่ลูกค้าได้รับมีทั้งคุณภาพและมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด จนเกิดเป็นความจงรักภักดีจากลูกค้า

การศึกษาต่อของครั้งต่อไปควรศึกษาโดยแยกกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้ากลุ่มเครดิต และลูกค้ากลุ่มเงินสด เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงทั้งกลยุทธ์และการปฏิบัติงานและปรับปรุงคุณภาพของบริการให้ดีขึ้น ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

การศึกษาต่อของครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการให้บริการของพนักงาน บริษัท ชิง ชิง เสง จำกัด เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และมีความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ส่งผลให้มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ