

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 75.0) อายุระหว่าง 21 - 30 ปี(ร้อยละ 34.5) สถานภาพสมรส(ร้อยละ 52.3) การศึกษาระดับปริญญาตรี(ร้อยละ 32.3) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา(ร้อยละ 23.3) รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท(ร้อยละ 31.5) และมีสมาชิกในครัวเรือน 4 – 6 คน (ร้อยละ 58.3)

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการ ตั้ปค่าห้ละ 2 – 3 ครั้ง(ร้อยละ 28.3) ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง มากกว่า 900 บาท (ร้อยละ 31.5) ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าเป็นช่วงระหว่างเวลา 17.01 – 19.00 น.(ร้อยละ 36.0) เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลาดังกล่าวเนื่องจาก เป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวก(ร้อยละ 66.5) การมาเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการลูกค้าจะมากับครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร)(ร้อยละ 37.8) ผู้ซื้อสินค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง(ร้อยละ 71.5) ซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน(ร้อยละ 76.5)

ผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน เป็นสมาชิกของห้างฯ(ร้อยละ 58.5) ใช้บริการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปี(ร้อยละ 23.5) และยังเป็นสมาชิกของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (ร้อยละ 74.0) ทราบข้อมูลข่าวสารของห้างฯ จากป้ายโฆษณาหน้าร้านและภายในร้าน(ร้อยละ 47.7) รายการส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบ คือการลดราคา(ร้อยละ 84.7) เหตุผลที่ซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างฯ เนื่องจากสินค้ามีราคาถูก(ร้อยละ 70.0)

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน โดยผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาให้คะแนนตามน้ำหนักความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์นำมาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ผลการศึกษาที่ได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านราคา(ค่าเฉลี่ย 3.68) ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.55) เท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.52) ด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านแล้ว ได้ข้อสรุป ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ในระดับพอใจมาก และสามารถแยกประเด็นความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของลูกค้าสำหรับแผนกซูเปอร์มาร์เกต และแผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ได้ดังนี้

**แผนกซูเปอร์มาร์เกต** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัยตามลำดับ

**แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์** ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ รองลงมาคือ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ(ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด มีสินค้าราคาพิเศษลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด เวลาในการเปิด-ปิดห้างมีความเหมาะสม รองลงมาคือมีความหลากหลายของร้านเช่า(เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวีดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า(เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก และ การส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม การจับรางวัล) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่น มีรอยยิ้มที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) รองลงมาคือ พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป รองลงมาคือ รูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาดเรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ และ ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด มีความถูกต้องในการชำระเงิน(ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) รองลงมาคือ มีระบบการเติมเต็มสินค้า(การจัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ และ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินเพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามเพศ การเป็นสมาชิกของห้าง และ ระบายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### 3.1 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามเพศ

ผู้ศึกษาได้ทำการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.50)ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.40) ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.39) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน(ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.56)เท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(ค่าเฉลี่ย 3.53) ด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.48) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีความพึงพอใจต่อย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านแล้ว ได้ข้อสรุปตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการได้ ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อภาพรวมในระดับพอใจมาก และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยย่อย แผนกซูเปอร์มาร์เกต และแผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ พบว่า

**แผนกซูเปอร์มาร์เกต** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และมีสินค้าตาม โอกาสและเทศกาลจำหน่าย(เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเป๋าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และสินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาดปลอดภัย ตามลำดับ

**แผนกดีพาร์ตเมนต์สตรี** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา และสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม และมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) เท่ากัน รองลงมาคือ รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า (เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก) และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม รองลงมาคือ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และ รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามี

ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวกและที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน เท่ากัน ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) รองลงมาคือ มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่าง ณ จุดจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จับรางวัล เป็นต้น) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก และการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จับรางวัล เป็นต้น) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ พนักงานมีกิจกรรมรยาที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย รองลงมาคือ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) และ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการ ให้คำแนะนำที่ถูกต้องตามลำดับ

**ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ห้างแจ่มฟ้า พลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป รองลงมาคือ รูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ และ ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้าตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ห้างแจ่มฟ้า พลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป รองลงมาคือ รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม และ รูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านกระบวนการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) รองลงมาคือ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) รองลงมาคือ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

### 3.2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้า พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ และไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ แล้ว พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.51) ด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.43) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.61) ด้านผลิตภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 3.54) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.53) เท่ากัน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านแล้ว ได้ข้อสรุปตามปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการได้ ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ในระดับพอใจมาก และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยย่อยแผนกซูเปอร์มาร์เกต และแผนกดีพาร์ตเมนต์สตรีพบว่า

#### **แผนกซูเปอร์มาร์เกต**

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาด ปลอดภัย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย และ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ตามลำดับ

#### **แผนกดีพาร์ตเมนต์สตรี**

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุดเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือมีสินค้าราคาพิเศษลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา และสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม รองลงมาคือ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า(เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม รองลงมาคือ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัยที่ทำงาน ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ การส่งเสริมการขาย (เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) และการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก



ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ (เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส) และ พนักงานมีกิจกรรมการตลาดที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง รองลงมาคือ พนักงานมีกิจกรรมการตลาดที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย และคือ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ (เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส) เท่ากัน และ พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ส่วนลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป รองลงมาคือ รูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ และสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า และ รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจมาก

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) และ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดีทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ รองลงมาคือ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) และสามารถแก้ไข

ปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องตามลำดับ

### 3.3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้า พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามระดับรายได้ของลูกค้า

จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ตามระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.61) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.50) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุดเช่นเดียวกัน(ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.60) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.54) เท่ากัน ด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.51) และด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้านบุคลากร(ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.37) และด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.53) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ด้านการส่งเสริมการตลาด(ค่าเฉลี่ย 3.46) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านกระบวนการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคามากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

(ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการบริการ(ค่าเฉลี่ย 3.37) เท่ากัน ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.32) เท่ากัน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ(ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ตามระดับรายได้ของลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านแล้ว ได้ข้อสรุปตามปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทและมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยย่อย แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต และแผนกดีพาร์ตเมนต์สตรีพบว่า

#### **แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยเกี่ยวกับสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ)มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาดปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยเกี่ยวกับสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ)มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ และ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาดปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) และ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาดปลอดภัย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ และสะอาดปลอดภัย และ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตาม

เทศกาลต่างๆ) เท่ากัน และ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) และ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ตามลำดับ

#### แผนกดีพาร์ตเมนต์สตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ และ สินค้ามีเพียงพอับความต้องการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในภาพรวมในระดับพอใจมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับราคาสินค้าตรงกับป้ายราคามากที่สุด รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆมากที่สุด รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคาและมีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมากที่สุด เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ มากที่สุด รองลงมาคือ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทและ รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือ เวลาในการเปิด-ปิดห้างมีความเหมาะสม และมีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ และจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เลือกซื้อได้สะดวก เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า(เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก) และ ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัยที่ทำงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) และที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน และ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมในระดับพอใจมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้นมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น และ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ ไปปลิว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น มากที่สุด รองลงมาคือ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก และการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น และการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) เท่ากัน และลำดับที่สามคือมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้สินค้า แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่าย และ มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆของห้างให้แก่ลูกค้า (เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเดิน เป็นต้น) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จับรางวัล เป็นต้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น และการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกมากที่สุด เท่ากัน รองลงมาคือ มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้สินค้า แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่าย และมีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆของห้างให้แก่ลูกค้า (เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น เป็นต้น) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น และ มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้สินค้า แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่าย ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทและรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อยและ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง และ พนักงานมีความใส่ใจลูกค้า กระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) มากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง และพนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) และการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน (เช่น การแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มาก

ที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย และ พนักงานมีความใส่ใจ ลูกค้า และกระตือรือร้นในการให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีความเป็นมิตรในการให้บริการ(เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) และ พนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า และรูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม เท่ากับ ลำดับที่สามคือความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร และมีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ และสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม และมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เท่ากัน และความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป รองลงมาคือรูปแบบ(แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ลำดับที่สามคือมีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า และสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย  
ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบ(แบบฟอร์ม)  
การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ และสามารถตรวจสอบราคา  
สินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ  
5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทมีความพึง  
พอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม  
ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีระบบการเติมเต็มสินค้า(การจัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ  
มากที่สุด รองลงมาคือมีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่อง  
ชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) และ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการ  
คิดเงินของแคชเชียร์) และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการ  
ของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มาก  
ที่สุด รองลงมาคือมีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ  
c)มีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อ  
แถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยย่อยมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มากที่สุด  
รองลงมาคือมีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงิน  
เพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) และมีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้า  
เต็มชั้นวางเสมอ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มาก  
ที่สุด รองลงมาคือมีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ  
และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อ  
แถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มากที่สุด รองลงมาคือมีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน สามารถสรุปปัญหาในแต่ละด้านได้ดังนี้

##### ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

**แผนกซูเปอร์มาร์เกต** โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สินค้ามีไม่เพียงพอกับความต้องการ รองลงมาคือสินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ) และไม่มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าของขวัญ) ตามลำดับ ส่วนปัญหาเกี่ยวกับสินค้าไม่มีคุณภาพนั้น ลูกค้าประสบปัญหาน้อยที่สุด

**แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์** ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ) รองลงมาคือ สินค้ามีไม่เพียงพอกับความต้องการ ส่วนสินค้าไม่มีคุณภาพ มีตำหนิ ลูกค้าประสบปัญหาด้านนี้น้อยที่สุด

##### ปัญหาด้านราคา

ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา รองลงมาคือไม่มีสินค้าราคาพิเศษ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ ราคาสินค้าแพงกว่าร้านค้านอื่น ๆ

##### ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาที่พบมากที่สุดคือสถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ รองลงมาคือไม่มี ความหลากหลายของร้านเช่า และจำนวนรถเข็นและตะกร้าไม่เพียงพอ ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ รูปแบบการจัดวางสินค้าบนชั้นวางทำให้ไม่สะดวกต่อการหยิบสินค้า



### ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า รองลงมาคือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆไม่เหมาะสม เช่น ทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปปลิว ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม การจับรางวัล ไม่สามารถกระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้นได้

### ปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานไม่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าได้เมื่อเกิดปัญหา และพนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า และให้คำแนะนำที่ไม่ถูกต้อง ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ พนักงานมีกิริยาไม่สุภาพ

### ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน รองลงมาคือ หิ้งน้ำไม่สะอาด และตะกร้าและรถเข็นไม่สะอาด ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมต่อการให้บริการ

### ปัญหาด้านกระบวนการ

ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ จำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน รองลงมาคือ การแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและใช้บริการมีความล่าช้า และระบบการเติมเต็มสินค้าไม่เหมาะสม ทำให้สินค้าขาดบนชั้นวางสินค้า ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่ลูกค้าพบน้อยที่สุดคือ ความผิดพลาดในการชำระเงิน (คิดเงิน) ของแคชเชียร์ เช่น ทอนเงินขาด/เกิน คิดจำนวนสินค้าขาด/เกิน

และจากคำถามปลายเปิดที่ให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่ประสบจากการซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน สามารถสรุปปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้ดังนี้

1. หิ้งน้ำภายในห้างไม่สะอาด และหายาก
2. ควรมีที่จอดรถให้ลูกค้ามากกว่าเดิม
3. ทางเดินในซูเปอร์มาร์เก็ตแคบเกินไป
4. พนักงานคิดเงินล่าช้า
5. รถเข็นและตะกร้ามีน้อยเกินไปในช่วงวันที่มีโปรโมชัน
6. ควรมีสุนัขอาหารภายในห้าง

7. เพิ่มโปรโมชั่นลดราคาสินค้าให้มากขึ้น
8. อยากให้มีเคาน์เตอร์สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะ
9. พนักงานให้บริการไม่สุภาพ ไม่มีความกระตือรือร้น ชอบแสดงออกทางสีหน้า
10. ควรจัดส่งข่าวสาร การจัดกิจกรรม การจัดรายการพิเศษของห้างฯ ให้แก่สมาชิกโดยตรงถึงบ้าน
11. ควรเพิ่มความรวดเร็วในการคิดเงิน (เพิ่มช่องการรับชำระเงิน)
12. ห้องน้ำควรมีที่สูดอากาศและกระดาษทิชชู
13. ควรปรับปรุงสถานที่ ให้เกิดการแบ่งแยกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน
14. เสื้อผ้าแบรนด์ชั้นนำมีน้อย ควรเพิ่มเคาน์เตอร์แบรนด์ให้มากขึ้น
15. ควรมีลานโปรโมชั่นภายในห้าง
16. การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต ไม่ควรมีการบวกเพิ่ม 2%
17. ควรสร้างบันไดเลื่อน เพราะเวลาเดินขึ้นชั้น 3 ทำให้ลูกค้าเกิดความเหน็ดเหนื่อย อ่อนเพลีย
18. ควรนำสินค้าที่มีคุณภาพ (เกรด A) มาจัดโปรโมชั่นลดราคาบ่อยๆ

## การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมืองลำพูน ใช้แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้าและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7 Ps) โดยได้นำมาอภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบกับการศึกษาของ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพษณุกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพ: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคต่อซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด และร้านขายของชำในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัศมี (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี การศึกษาของ พัลลภา วงสาวาณิชย์กิจ (2554) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก๊าซ ชวน เค.ซี. จำกัด จังหวัด ซึ่งเป็นการศึกษาการประกอบธุรกิจในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญหลายประเด็นและนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

### 1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีสมาชิกในครัวเรือน 4 – 6 คน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัศมี (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้าง ไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงสาวาณิชย์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก๊าซ ชวน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ อายุ 35-45 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษา อาชีพรับจ้างทั่วไป

### 2. ข้อมูลในการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด

ผู้ใช้บริการมีความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการ สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง มีการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง เป็นเงินมากกว่า 900 บาท โดยช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าเป็นช่วงระหว่างเวลา 17.01 – 19.00 น. ซึ่งเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลาดังกล่าวเนื่องจาก เป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ลูกค้าจะมาครบครัน (สามี ภรรยา บุตร) โดยลูกค้าผู้ซื้อสินค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ประเภทสินค้าที่ซื้อคือ เครื่องใช้ส่วนตัว

เช่น สนุ่ ยาสีฟัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพชนกุล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพ:การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคต่อซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด และร้านขายของชำในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต ประเภทอาหารแห้ง และของใช้ประจำวัน ช่วงเวลาที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดคือ 16.01-20.00 น.ค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 500 บาท แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัมย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่า ลูกค้ามีความถี่ในการใช้บริการ 2 - 3 ครั้งต่อเดือน ซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งและขนมขบเคี้ยวมากที่สุด และใช้จ่ายเงินแต่ละครั้ง 600-800 บาท

ผู้ซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมืองลำพูนเป็นสมาชิกของห้างฯ ใช้บริการมาเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปี และยังเป็นสมาชิกของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ผู้ซื้อสินค้าทราบข้อมูลข่าวสารของห้างฯ จากป้ายโฆษณาหน้าร้านและภายในร้าน มีรายการส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบ คือการลดราคา เหตุผลที่ซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างฯ เนื่องจากสินค้ามีราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงศาวิชัยกิจ(2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าเหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการมากที่สุดเนื่องจากสินค้าน่าดู แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพชนกุล (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพ:การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคต่อซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสด และร้านขายของชำในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต คือใกล้บ้าน, ความสะอาดของสถานที่และมีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ

### 3. ข้อมูลปัจจัยส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนตามระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายผลรายละเอียดปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านได้ ดังนี้

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขา อำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก สำหรับแผนกซูเปอร์มาร์เกต ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย เรื่อง มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) มากที่สุด และแผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยเรื่อง สินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงสาวณิชย์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่า ลูกค้าพึงพอใจในเรื่องสินค้ามีเพียงพอับความต้องการมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัสมิ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่า ลูกค้าพึงพอใจในเรื่องมีสินค้าจำหน่ายหลากหลายประเภทมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพชนกุล (2551) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มากที่สุด คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ

### ปัจจัยด้านราคา

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขา อำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่อง มีสินค้าน่าพิศเนียบเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัสมิ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงสาวณิชย์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่า ลูกค้าพึงพอใจในเรื่องสินค้าน่าพิศเนียบมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพชนกุล (2551) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มากที่สุดคือ การแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน

### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขา อำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่อง เวลาในการเปิด - ปิดห้าง มีความเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัสมิ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องระยะเวลาในการเปิด-ปิดห้าง



มีความเหมาะสมมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **พัลลภา วงศาพาณิชย์กิจ (2554)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องมีความสะดวกในการจองรถเมื่อมาซื้อสินค้ามากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพษณุกุล (2551)** ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ใกล้เคียงบ้าน

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยเรื่อง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ **ภาคภูมิ ตรีชัยรัศมิ (2553)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้าง ไชยแสงดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องมีกิจกรรมส่งเสริมการขายตามโอกาสต่างๆ มากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ **พัลลภา วงศาพาณิชย์กิจ (2554)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องการมีโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่องมากที่สุด และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น วชิราภรณ์ จันทรโพษณุกุล (2551)** ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ มีการลดราคา

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อย่อยเรื่อง พนักงานมีความเป็นมิตรในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ **พัลลภา วงศาพาณิชย์กิจ (2554)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ **ภาคภูมิ ตรีชัยรัศมิ (2553)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้าง ไชยแสงดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อยมากที่สุด

#### **ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ**

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่อง ห้างแจ่มฟ้าปลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ

ภาคภูมิ ตรีชัยรัมย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสะอาด สะอาด มีระเบียบ และการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงศาพาณิชย์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องความสะอาดภายในร้าน เช่น ตะกร้า รถเข็น สะอาดและเพียงพอมากที่สุด

#### ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่อง มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ภาคภูมิ ตรีชัยรัมย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จังหวัดสิงห์บุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องสถานบริการมีการควบคุมความปลอดภัยมากที่สุด และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พัลลภา วงศาพาณิชย์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท ก้ายช้วน เค.ซี. จำกัด จังหวัดระนอง ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องมีความรวดเร็วในการชำระเงินมากที่สุด

## ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีข้อค้นพบ ดังนี้

### 5.3.1 ข้อค้นพบด้านข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ทั้งหมด 400 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง มากกว่า 900 บาท ช่วงเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 17.01-19.00 น. เหตุผลที่มาใช้บริการในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวก ซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว (เช่น สบู่ ยาสีฟัน เป็นต้น) มากที่สุด แหล่งข้อมูลที่ทราบข่าวสารจากทางห้างคือแผ่นพับ โบปปลิว รายการส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบ คือ การลดราคาสินค้า เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการที่ห้างแจ่มฟ้าคือ สินค้ามีราคาถูก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของห้างแจ่มฟ้ามาเป็นระยะเวลามากกว่า 12 ปี และเป็นสมาชิก ร้อยละ 58.5 แต่ก็ยังเป็นสมาชิกห้างค้าปลีก-ค้าส่งอื่นๆด้วย โดยเป็นสมาชิกห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์มากที่สุด ร้อยละ 74.0

### 5.3.2 ข้อค้นพบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพน้อยที่สุด โดยสามารถสรุปความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตาราง ได้ดังนี้

ตารางที่ 61 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด-น้อยที่สุด และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด	ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด	ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
แผนกซูเปอร์มาร์เกต	มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.64)	สินค้ามีความหลากหลายครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) (ค่าเฉลี่ย 3.50)	สินค้ามีไม่เพียงพอกับความต้องการ (ร้อยละ 39.0)
แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์	สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)	สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ (ค่าเฉลี่ย 3.43)	สินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ) (ร้อยละ 26.0)
ปัจจัยด้านราคา	มีสินค้าราคาพิเศษ สับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.70)	ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65)	ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา (ร้อยละ 39.7)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.65)	สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.23)	สถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ (ร้อยละ 56.0)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.60)	การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ โบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.41)	ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ 30.0)

## ตารางที่ 61 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความเป็นมิตรในการให้บริการ(เช่นมี ออร์ชาส์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) (ค่าเฉลี่ย 3.59)	พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.51)	พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ร้อยละ 34.5)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.66)	ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.31)	ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน (ร้อยละ 35.5)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) (ค่าเฉลี่ย 3.53)	สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.41)	จำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน (ร้อยละ 34.0)

จากตารางที่ 61 ซึ่งแสดงสรุปความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด-น้อยที่สุด และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีข้อค้นพบดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์****แผนกซูเปอร์มาร์เกต**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องการมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) เป็นลำดับแรก ในขณะที่สินค้ามีความหลากหลาย ครบครันตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุดคือสินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ

**แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์**

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ เป็นลำดับแรก ในขณะที่สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุดคือสินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ)



### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องมีสินค้าราคาพิเศษลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เป็นลำดับแรก ในขณะที่ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคาเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งจากการเปรียบเทียบกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีความสอดคล้องกันกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมเป็นลำดับแรก ในขณะที่สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งจากการเปรียบเทียบกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีความสอดคล้องกันกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือสถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ) ลำดับแรก ในขณะที่การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุดคือไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า

### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องเวลาในพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่นมีอัยยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) เป็นลำดับแรก ในขณะที่พนักงานมีความใส่ใจลูกค้า และกระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งจากการเปรียบเทียบกับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีความสอดคล้องกันกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

### ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ในขณะที่ความสะอาดของห้องน้ำ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุดคือ ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน

### ด้านกระบวนการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในเรื่องมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ในขณะที่การที่สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการมากที่สุดคือจำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 10 อันดับของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อันดับ
มีสินค้าราคาพิเศษสลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	3.70	ด้านราคา	1
สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ	3.68	ด้านราคา	2
ห้างแจ่มฟ้ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป	3.66	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3
ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา	3.65	ด้านราคา	4
เวลาในการเปิด-ปิดห้างมีความเหมาะสม	3.65	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4
มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ)	3.64	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต)	5
สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.61	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์)	6
สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.61	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต)	6
มีความหลากหลายของร้านเช่า	3.60	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น	3.60	ด้านการส่งเสริมการตลาด	7

## ตารางที่ 62 (ต่อ)

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อันดับ
พนักงานมีความเป็นมิตรในการให้บริการ เช่นมี อัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	3.59	ด้านบุคลากร	8
สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด	3.58	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต)	9
การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก	3.57	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10
พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย	3.57	ด้านบุคลากร	10

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 10 อันดับของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อันดับ
สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	3.23	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.31	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	2
ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า	3.33	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3
มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ	3.35	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4
การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายใน ห้าง	3.36	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	5
มีป้ายบอกราคาที่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.39	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	6
มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตเห็น ได้ง่าย	3.40	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	7
ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร	3.40	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	7
มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกรหาแผนกสินค้าที่ ต้องการได้ง่าย	3.41	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	8
สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้า และการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.41	ด้านกระบวนการบริการ	8
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ ใบบลิว	3.41	ด้านการส่งเสริมการตลาด	8
มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ	3.41	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	8

ตารางที่ 63 (ต่อ)

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อันดับ
สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ	3.43	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)	9
มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.46	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	10
มีความรวดเร็วในการชำระเงิน(จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มรการเปิดช่องชำระเงินเมื่อแถวชำระเงินมีคิวยาว)	3.46	ด้านกระบวนการบริการ	10

ตารางที่ 64 แสดงปัญหาที่พบมากที่สุด 10 อันดับ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ	จำนวน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อันดับ
สถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ	224	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา	159	ด้านราคา	2
สินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการ	153	ด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)	3
ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน	142	ด้านราคา	4
พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ	138	ด้านบุคลากร	5
จำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน	136	ด้านกระบวนการบริการ	6
ห้องน้ำไม่สะอาด	129	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	7
ไม่มีสินค้าน่าสนใจพิเศษ	122	ด้านราคา	8
ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	120	ด้านการส่งเสริมการตลาด	9
การแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและใช้บริการ มีความล่าช้า	114	ด้านกระบวนการบริการ	10

5.3.3 ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญจำแนกตาม เพศ การเป็นสมาชิก/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 65 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)	สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.53) (มาก)	มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาล จำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.70) (มาก)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์)	สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมา จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.62) (มาก)	สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.77) (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความ เหมาะสม และ มีความหลากหลาย ของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวีดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) (ค่าเฉลี่ย 3.53) (มาก)	เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ ห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้ มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การ ลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) (มาก)	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ ห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้ มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การ ลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) (มาก)



## ตารางที่ 65 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีกรีฑามารยาทที่ดี มีความ สุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.60) (มาก)	พนักงานมีความเป็นมิตร ในการ ให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.60) (มาก)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้างแถมฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)	ห้างแถมฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.68) (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของ แคชเชียร์) (ค่าเฉลี่ย 3.50) (มาก)	มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของ แคชเชียร์) (ค่าเฉลี่ย 3.54) (มาก)

## ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

## จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อสินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงพึงพอใจต่อการมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) เป็นอันดับแรก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการมีสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงพึงพอใจต่อเป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการมีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงพึงพอใจต่อการที่มีสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ เป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมและมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงพึงพอใจต่อเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม เป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับกับเพศชาย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ เป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง

**ปัจจัยด้านบุคลากร** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อพนักงานมีกิจกรรมยามที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย เป็นอันดับแรก ส่วนเพศหญิงพึงพอใจต่อพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อการที่ห้างแถมฟ้าปลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์)เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกันกับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง

ตารางที่ 66 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการเป็นสมาชิก/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การเป็นสมาชิก/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ	
	เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)	มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาล จำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ ) (ค่าเฉลี่ย 3.65) (มาก)	มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาล จำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ) และสินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) (มาก)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกดีพาร์ตเมนต์สตรี)	สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.73) (มาก)	มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมา จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.70) (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.60) (มาก)	เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71) (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสม แต้ม จักรรางวัล เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ ห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้ มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การ ลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) (มาก)	พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการ ให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.65) (มาก)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.67) (มาก)	ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคลทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.65) (มาก)

## ตารางที่ 66 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การเป็นสมาชิก/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ	
	เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของ แคชเชียร์) (ค่าเฉลี่ย 3.52) (มาก)	มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การ จัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้า เต็มชั้นวางเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) (มาก)

**ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ  
จำแนกตามการเป็นสมาชิก/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของแผนกซูเปอร์มาร์เกต ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจต่อการมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) และสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการเป็นอันดับแรก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ของแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการมีสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ เป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการที่มีสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านั้นๆ เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกพึงพอใจต่อการมีสินค้าราคาพิเศษสลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ เป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอันดับแรก

**ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อการที่ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกันกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของห้างมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อ ความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์)เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิก มีความพึงพอใจต่อระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ เป็นอันดับแรก



ตารางที่ 67 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
<b>ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์ มาร์เกต)</b>	มีสินค้าตาม โอกาสและ เทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้า สินค้าตาม เทศกาลต่างๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.67) (มาก)	มีสินค้าตาม โอกาสและ เทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้า สินค้าตาม เทศกาลต่างๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.72) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) (มาก)	สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.42) (มาก)
<b>ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (แผนกดีพาร์ท เมนต์สตรี)</b>	สินค้ามีความ หลากหลาย ครบ ครัน ตรงกับ ความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.56) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.76) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) (มาก)	สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.46) (มาก)
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>	ราคาสินค้าตรง กับป้ายราคา (ค่าเฉลี่ย 3.70) (มาก)	ราคาถูกกว่า ร้านค้าอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) (มาก)	ราคาสินค้าตรง กับป้ายราคาและ มีสินค้าราคา พิเศษสับเปลี่ยน มาจำหน่ายอย่าง ต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.71) (มาก)	สินค้าราคาถูก กว่าร้านค้าอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.79) (มาก)	มีสินค้าราคา พิเศษสับเปลี่ยน มาจำหน่ายอย่าง ต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.56) (มาก)

ตารางที่ 67 (ต่อ)

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัด จำหน่าย	รูปแบบการจัด วางสินค้า ทำให้ ลูกค้ามีความ สะดวกในการ เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) (มาก)	เวลาในการเปิด- ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) (มาก)	มีความ หลากหลายของ ร้านเช่า (ค่าเฉลี่ย 3.76) (มาก)	เวลาในการเปิด- ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) (มาก)	เวลาในการเปิด- ปิดห้าง มีความ เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.62) (มาก)
ปัจจัยด้าน บุคลากร	พนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความ สุภาพเรียบร้อย และ พนักงานมี ความรู้เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) (มาก)	พนักงานมีความ เป็นมิตร ในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) (มาก)	พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) (มาก)	พนักงานมีความ เป็นมิตร ในการ ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) (มาก)	พนักงานมีความรู้ เกี่ยวกับตัว ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) (มาก)
ปัจจัยด้านสิ่ง นำเสนอทาง กายภาพ	ห้างแถมฟ้าพลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคล ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.63) (มาก)	ห้างแถมฟ้าพลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคล ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.71) (มาก)	ห้างแถมฟ้าพลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคล ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.60) (มาก)	ห้างแถมฟ้าพลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคล ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.73) (มาก)	ห้างแถมฟ้าพลาซ่า มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักแก่บุคคล ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.62) (มาก)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	มีระบบการเติม เต็มสินค้า(การ จัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็ม ชั้นวางเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) (มาก)	มีความถูกต้องใน การชำระเงิน (ความถูกต้องใน การคิดเงินของ แคชเชียร์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) (มาก)	มีความถูกต้องใน การชำระเงิน (ความถูกต้องใน การคิดเงินของ แคชเชียร์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) (มาก)	มีความถูกต้องใน การชำระเงิน (ความถูกต้องใน การคิดเงินของ แคชเชียร์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) (มาก)	มีความถูกต้องใน การชำระเงิน (ความถูกต้องใน การคิดเงินของ แคชเชียร์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) (มาก)

**ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อแยกพิจารณาปัจจัยย่อย แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต และแผนกดีพาร์ทเมนท์สตรีพบว่า

**แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ)มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัยมากที่สุด

**แผนกดีพาร์ทเมนท์สตรี**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น)มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท, รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท, รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทและ รายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการมากที่สุด

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในภาพรวมในระดับพอใจมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับราคาสินค้าตรงกับป้ายราคามากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทและรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้าน่าถูกกว่าร้านค้านอื่นๆมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคาและมีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องมากที่สุด

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทและรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวกมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท, รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทและ รายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มากที่สุด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมในระดับพอใจมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย(เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้างกระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้นและการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าสมาชิก มากที่สุดเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกมากที่สุด

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีกิริยา มารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อยและ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และ รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ(เช่นมี อธิบายที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส) มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และ รายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด

**ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับห้างแห่งฟ้า พลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปมากที่สุด

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมในระดับพอใจปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีระบบการเติมเต็มสินค้า(การจัดเรียงสินค้า)ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอมากที่สุด



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท, รายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท, รายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทและรายได้มากกว่า 20,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) มากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท สรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่ากรณีที่มีสินค้าราคาพิเศษสลับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ดังนั้นทางฝ่ายจัดซื้อและการตลาด จึงควรทำการจัดสินค้าราคาพิเศษมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย โดยทำการต่อรองกับทุกบริษัทคู่ค้าให้มีการสลับเปลี่ยนสินค้าที่นำมาจัดรายการสินค้าราคาพิเศษให้มีความหลากหลาย เน้นสินค้าที่เป็นที่นิยมของตลาดในการนำมาลดราคา

อีกทั้งในเรื่องราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านอื่นๆ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นอันดับต้นและเป็นเหตุผลแรกที่ลูกค้าตัดสินใจมาใช้บริการที่ห้างแจ่มฟ้า ดังนั้นทางห้างจึงควรรักษาระดับราคาที่เหมาะสม พร้อมทั้งหมั่นสำรวจเพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าของร้านค้าคู่แข่งกันอยู่เสมอ ตามสโลแกนของห้างคือ “ขายถูกกว่าใคร ขายถูกทุกวัน” โดยกลยุทธ์ที่เลือกใช้ คือ Cost Leadership Strategy เนื่องจากสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่วางขายทั่วไปในท้องตลาด หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง จะไม่สามารถขายสินค้าได้ ดังนั้นจึงต้องตั้งราคาให้มีราคาถูก และทำการลดต้นทุนเพื่อให้กิจการมีกำไรมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการลดต้นทุนสินค้าคงคลัง ซึ่งสินค้าคงคลังถือเป็นต้นทุนจมของกิจการ ต้องทำการควบคุมให้มีจำนวนสินค้าคงคลังไม่เกิน 1.5 เท่าของยอดขาย ซึ่งการควบคุมสินค้าคงคลังจะกล่าวถึงในส่วนด้านผลิตภัณฑ์ต่อไป

นอกจากนั้น ในส่วนของด้านราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา ซึ่งจากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และยังเป็นปัญหาที่พบมากที่สุดในปีปัจจัยด้านราคาอีกด้วย ดังนั้นทางห้างควรจัดระบบการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าให้มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องของป้ายราคาสินค้าทุกชนิดก่อนจัดวางสินค้า โดยให้มีการจัดทำรายการเปลี่ยนแปลงราคาประจำวัน(Daily price change)และมีการตรวจรับการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า พร้อมทั้งลงชื่อรับทราบการเปลี่ยนแปลงป้ายราคาของหัวหน้างาน จากนั้นหัวหน้างานทำการแจกจ่ายป้ายราคาใหม่ให้แก่พนักงานที่รับผิดชอบในตัวสินค้านั้นๆ เพื่อทำการเปลี่ยนป้ายราคาแล้ว

นำป้ายราคาเก่ามาคืนให้แก่หัวหน้างาน และต้องเพิ่มในด้านการตรวจเช็คซ้ำจากหัวหน้างานและฝ่ายตรวจสอบทุกครั้งหลังการเปลี่ยนป้ายราคา โดยใช้อุปกรณ์ตรวจเช็คราคาสินค้าแบบพกพา (HANDHELD) ซึ่งจะช่วยให้การเช็คราคาสินค้าสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งควรเพิ่มความรับผิดชอบในกรณีที่เกิดป้ายราคาสินค้าผิด เช่นการปรับพนักงานผู้ดูแลสินค้านั้นๆ ตามยอดต่างของราคาจริงและราคาป้ายหากพบความผิดพลาด เป็นต้น

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

#### แผนกซูปเปอร์มาร์เกต

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น ทางห้างจึงควรเพิ่มการจัดเรียงสินค้าและตกแต่งบริเวณพื้นที่ขายอย่างน้อย 15 วันล่วงหน้าก่อนช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงฤดูกาลหรือเทศกาลที่จะเกิดขึ้น และทราบถึงความหลากหลายของสินค้าตามเทศกาลที่ทางห้างจำหน่าย เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าตามเทศกาลที่ห้าง ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายของทางห้างให้มากขึ้นได้อีกทางหนึ่งด้วย

อีกทางหนึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องของสินค้าไม่เพียงพอกับความ ต้องการ ทางห้างจึงควรปรับปรุงด้านฝ่ายจัดซื้อให้เหมาะสม โดยนำระบบการสั่งซื้อ MAS : Merchandise Analysis System ที่ได้รับการแนะนำจากกรมพัฒนาธุรกิจมาปรับใช้กับโปรแกรมการสั่งซื้อของทางห้างอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยคำนวณจากยอดขายสินค้า ปริมาณสินค้าคงคลัง Lead Time (จำนวนวันตั้งแต่วันที่สั่งของ-วันที่ของส่งถึงโกดัง) จำนวนครั้งของการเข้ามาพบของผู้แทนในแต่ละเดือน รอบของการสั่งสินค้า ซึ่งเมื่อโปรแกรมคำนวณออกมาแล้วจะได้ข้อมูลคำแนะนำการสั่งซื้อทั้ง Minimum และ Maximum Order พร้อมทั้งแสดงข้อมูลสินค้าที่ขายดีและสินค้าที่คงเหลือมากกว่า 1.5 เท่าของยอดขาย ทำให้ทราบถึงสินค้าที่มีจำนวนคงเหลือมาก ให้ทำการส่งคืนหรือทำการจัดโปร โมชั่น เพื่อลดจำนวนสินค้าคงคลังและยังช่วยลดต้นทุนของกิจการได้อีกทางหนึ่งด้วย การใช้ระบบการสั่งซื้อจะช่วยทำให้สินค้าที่ขายดีไม่ขาดสต็อก และสินค้าที่ขายไม่ดีไม่ค้างสต็อก โดยนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการสั่งซื้อร่วมกับโปร โมชั่นของทางบริษัทลูกค้า และเพิ่มการประชุมฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายขายร่วมกัน เพื่อทำวางแผนในการสั่งซื้อสินค้าทุกวันเสาร์ โดยทำการจัดประชุมอาทิตย์ละ 1 ครั้ง โดยนำแผนประจำปีมาใช้ในการประชุมด้วย เพื่อทำการวางแผนการจัดซื้อในรอบที่จะส่งต่อไปว่าทางห้างจะมีการจัดกิจกรรมใดบ้าง supplier บริษัทใดจะเข้ามาติดต่อบ้าง ยอดขายย้อนหลังของแต่ละ supplier เป็นอย่างไร สินค้าที่ขาดในช่วงที่ผ่านมาของแต่ละบริษัทคือชนิดใดบ้าง สาเหตุที่ทำให้สินค้าขาด และปัญหาของการจัดการส่งเสริมของแต่ละบริษัทมีอะไรบ้าง เหตุผลที่นำฝ่ายขายประชุมร่วมกับฝ่ายจัดซื้อเนื่องจากฝ่ายขายจะพบเจอปัญหาหน้างาน

โดยตรง จะทำให้ฝ่ายจัดซื้อทราบถึงปัญหาของหน้าร้าน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการสั่งซื้อของฝ่ายจัดซื้ออีกทางหนึ่งด้วย และควรจัดทำ SRM : Supplier Relationship Management ซึ่งในปัจจุบันมีการติดต่อกับบริษัทคู่ค้าทั้งสิ้นจำนวน 283 ราย เป็นรายหลัก 23 ราย ซึ่งมียอดสั่งซื้อ 45% ของ Supplier ทั้งหมด ซึ่งการทำ SRM จะพัฒนาต่อเป็น VMI : Vendor Management Inventory คือการบริหารจัดการสินค้าคงคลังโดย Supplier สร้างความสัมพันธ์กับ Supplier ในลักษณะพันธมิตรทางการค้าหรือคู่ค้า มากกว่า คู่ขาย เป็นการบริหารระบบสินค้าร่วมกัน เพื่อลดสินค้าจมในสต็อก(ลดต้นทุน) และลดสินค้าขาดมือที่ทำให้สูญเสียโอกาสในการขาย ซึ่งทำให้มีสินค้าที่เป็นความต้องการของตลาดมีจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นได้ และอีกเหตุผลหนึ่งของเหตุผลที่มีสินค้าไม่เพียงพอกับความต้องการคือสินค้าที่มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย มีจำนวนจำกัดจึงทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นฝ่ายจัดซื้อควรทำการต่อรองกับบริษัทคู่ค้า เพื่อขอจำนวนสินค้าในการจัดรายการส่งเสริมการขายให้มีจำนวนมากขึ้นเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

#### **แผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์**

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องสินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ(ยี่ห้อ รูปแบบ รุ่น ขนาดบรรจุ) ทางร้านจึงควรรักษาระดับของสต็อกสินค้าให้เหมาะสม โดยแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์ การส่งสินค้าในแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์นั้นมาจากบริษัทคู่ค้าที่เป็นผู้คัดเลือกชนิดสินค้า รูปแบบ ขนาด และจำนวน เพื่อกระจายมายังห้างต่างๆ ดังนั้นทางห้างจึงควรให้หัวหน้าแผนกของแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์ติดตามว่ามีสินค้านำเข้าใหม่บ้าง โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหวของสินค้าว่ารุ่นใดออกใหม่ มีแบบใดบ้าง ก็รุ่น ก็ขนาด รุ่นใดและขนาดใดที่เป็นที่นิยมในท้องตลาด ทำการคัดเลือกสินค้าร่วมกับทางผู้แทนของแต่ละบริษัทให้จัดสินค้ามาจำหน่ายอย่างหลากหลายและตรงกับความต้องการของตลาดในเวลานั้นๆ และทำการตรวจสอบยอดสินค้าคงเหลือโดยควรมีสินค้าคงคลังไม่เกิน 1.5 เท่าของยอดขาย และตรวจสอบว่าสินค้าที่เหลืออยู่นั้นเป็นรุ่นหรือขนาดที่ทันสมัยหรือไม่ รุ่นเก่าหรือไม่ หากรุ่นใดเก่าหรือตกรุ่นแล้วควรทำการแจ้งไปยังบริษัทคู่ค้าเพื่อทำการจัดโปร โมชั่นหรือเปลี่ยนสินค้าเป็นรุ่นใหม่สับเปลี่ยนมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่องสินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงความต้องการของลูกค้าในอีกทางหนึ่งด้วย และเพื่อเพิ่มโอกาสและทางเลือกในการบริโภคให้แก่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษา พบว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น(เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ)เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึง

พอใจเป็นลำดับแรก ดังนั้นทางห้างจึงควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง โดยขอความร่วมมือกับบริษัทผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ในการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกัน ทั้งในด้านการจัดสินค้าราคาพิเศษ การแจกคูปองลดราคาสินค้า การแถมของแถมให้แก่ลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าครบตามโปรโมชัน การลุ้นจับรางวัลเมื่อซื้อสินค้าครบตามจำนวน เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการขายและเพิ่มภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ และยังได้รับสิทธิพิเศษเพิ่ม เช่น ของแถม ของรางวัล คูปองลดราคา เป็นการรักษาความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของห้าง และเพื่อเพิ่มเป้าหมายของยอดขายอีกทางหนึ่งด้วย

การส่งเสริมการขายที่ควรเพิ่มในอีกรูปแบบหนึ่งคือ การจัดรายการนาฬิกาทอง เป็นการนำสินค้ามาลดราคาเป็นพิเศษ โดยแบ่งการจัดรายการเป็นช่วงๆ ช่วงละ 5-10 นาที ซึ่งจากการศึกษาพบว่าช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในห้างแจ้งฟ้า มากที่สุดคือเวลา 17.00 น.-19.00 น.และเป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวกของลูกค้าส่วนใหญ่ ดังนั้นในช่วงเวลานี้จึงควรมีการจัดขายสินค้าราคาพิเศษตามเวลา หรือนาฬิกาทอง ทุกๆครึ่งชั่วโมง เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าชื่นชอบมากที่สุดคือการลดราคา ซึ่งการจัดนาฬิกาทองสามารถตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าชื่นชอบได้และการเลือกเวลา 17.00-19.00 น.เป็นเวลาที่ลูกค้าเลือกมาใช้บริการมากที่สุด ทำให้การจัดโปรโมชันมีประสิทธิภาพ และสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการช่วงเวลาดังกล่าวได้มากขึ้นอีกด้วย พร้อมทั้งเพิ่มการประชาสัมพันธ์ภายในห้างเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของห้างให้แก่ลูกค้าในเวลานี้ให้มากขึ้นเนื่องจากมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก ซึ่งการบอกต่อของลูกค้า ถือเป็นประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

นอกจากนั้น พบว่าส่วนของการโฆษณาทางสื่อต่างๆ(เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ ใบปลิว) ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ทางด้านใบปลิวนั้นเป็นแหล่งที่ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากทางห้างเป็นอันดับสองรองจากป้ายโฆษณาหน้าร้านและภายในร้าน แต่ในปัจจุบันการออกใบปลิวมีปัญหาในปัจจุบันที่เด่นชัดคือ การออกใบปลิวล่าช้า ใบปลิวออกก่อนวันจัดรายการเพียง 3-4 วันเท่านั้น ทำให้การกระจายใบปลิวสู่ลูกค้าล่าช้าและแจกไม่ทั่วถึง จึงควรปรับระยะเวลาการออกใบปลิวใหม่ โดยกำหนดตามแผนประจำปี โดยเริ่มจากกำหนดการต่อรองสินค้าราคาพิเศษและการจัดกิจกรรมต่างๆควรต่อรองให้เรียบร้อยไม่เกิน 3 อาทิตย์ก่อนวันจัดกิจกรรม ขั้นตอนการจัดทำใบปลิว 1 อาทิตย์ ทั้งการถ่ายภาพ การวางบล็อก การตรวจสอบและแก้ไข จัดพิมพ์ใบปลิวและจัดส่งมายังห้างพร้อมทั้งกระจายไปสาขาต่างๆภายใน 3 วันหลังจากสรุปการแก้ไขแล้ว พร้อมทั้งจัดส่งใบปลิวให้แก่ลูกค้าสมาชิกและลูกค้าทั่วไป โดยลูกค้าสมาชิกจัดส่งทางไปรษณีย์ และมีการแจกใบปลิวแก่ลูกค้าทั่วไปโดยมีการแบ่งเขตการรับผิดชอบ โดยแบ่งตามแผนที่



เน้นการแจกตามตลาดต่างๆ สถานที่ราชการ ธนาคาร โรงเรียน ร้านอาหาร บริเวณที่พักอาศัย เป็นต้น โดยการแจกใบปลิวต้องเสร็จก่อนวันจัดกิจกรรม 1 อาทิตย์

ในส่วนของปัญหาที่พบมากที่สุดในปีจรรย์ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ซึ่งทางห้างควรขอความร่วมมือกับบริษัทผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในด้านการจัดการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า เพื่อแก้ไขปัญหาในส่วนนี้มากยิ่งขึ้น

#### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าเวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ซึ่งแสดงถึงการกำหนดช่วงเวลาในการเปิด-ปิดห้างมีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าสาขาในเมือง โดยมีการเปิดเวลา 9.00น.และปิดเวลา 21.00 น. ซึ่งเหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตสำหรับกลุ่มลูกค้าสาขาอำเภอเมืองลำพูน

ในส่วนของด้านสถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ ไม่ปลอดภัยนั้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และยังเป็นปัญหาที่พบมากที่สุดในปีจรรย์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอีกด้วย เนื่องจากบริเวณที่ตั้งของห้างอยู่ใจกลางเมือง ทำให้ไม่สามารถหาพื้นที่จอดรถเพิ่มเติมได้ ซึ่งในปัจจุบันมีที่จอดรถ 2 แห่ง คือบริเวณด้านข้างของห้างซึ่งติดกับเจดีย์เก่าแก่ สามารถจอดรถได้จำนวนประมาณ 20 คัน และบริเวณข้างตลาดฯ ซึ่งสามารถจอดรถได้จำนวนประมาณ 80 คัน แต่ระยะทางจากที่จอดรถข้างตลาดมายังห้างต้องใช้เวลาเดินประมาณ 5-7 นาที ทำให้ลูกค้าไม่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าและยังต้องเดินผ่านข้างตลาด ซึ่งหากเป็นช่วงเวลาค่ำ จะไม่ปลอดภัย ดังนั้นทางห้างจึงควรแก้ไขปัญหาโดยทำการจัดการบริการรับ – ส่งลูกค้าบริเวณลานจอดรถข้างตลาดฯกับทางห้าง ให้มีบริการตลอดเวลาทำการของห้างฯ และติดต่อไปยังเทศบาลเมืองลำพูนเพื่อขอความร่วมมือในการทำความสะอาดบริเวณข้างตลาด ทางเดินข้างตลาด และเพิ่มความปลอดภัยด้านการติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มความสว่างในบริเวณข้างตลาดฯ และทางเดินระหว่างลานจอดรถของทางห้างไปห้าง เนื่องจากเป็นที่ส่วนราชการ ทางห้างไม่สามารถดำเนินการเองได้ เพื่อเพิ่มความสะดวกและเพิ่มความปลอดภัยแก่ลูกค้าของทางห้างอีกทางหนึ่งด้วย

#### ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ในส่วนของความกระตือรือร้นในการให้บริการและการเอาใจใส่ลูกค้านั้น จากการศึกษพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด และยังเป็นปัญหาที่พบมากที่สุดในปีจรรย์ด้านบุคลากรอีกด้วย ดังนั้น ทางห้างควรจัดการอบรมด้านการให้บริการให้แก่พนักงานอย่าง



น้อย ปีละ 3 ครั้ง (ทุก 4 เดือน) เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการให้บริการแก่ลูกค้า ทั้งทางด้านมารยาทในการให้บริการ การให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า และช่วยแก้ไขปัญหาด้านการขาดความกระตือรือร้นในการให้บริการและการเอาใจใส่ลูกค้าได้ อีกทั้งควรเพิ่มเติมด้านการอบรมในตัวสินค้าเพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลตัวสินค้าและทำการแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าให้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันทางห้างได้จัดการอบรมทางด้านจิตใจ โดยเชิญพระนักเทศน์ในจังหวัดลำพูนมาทำการอบรมขัดเกลากจิตใจให้แก่พนักงานเดือนละ 1 ครั้ง เนื่องจากจิตใจที่ดี ทัศนคติต่อการใช้ชีวิตที่ดี ที่ถูกต้อง จะส่งผลถึงการทำงานที่ดี การบริการลูกค้าที่ดีได้ และทางห้างจึงควรทำการอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องทั้งด้านกิริยามารยาทที่ดีในการบริการและการมีจิตในการพร้อมในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน และควรปลูกจิตสำนึกในการทำงานร่วมกันเป็นทีม ทั้งด้านความสามัคคี ความซื่อสัตย์ ความเกรงอกเกรงใจต่อกันและกันของพนักงาน สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน จะทำให้มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี การทำงานมีประสิทธิภาพ และลดอัตราการลาออกของพนักงานได้ จากการที่มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคง และพนักงานเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า สามารถช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างความแตกต่างในการแข่งขันได้อีกทางหนึ่งด้วย

#### ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อย ในส่วนของความสะอาดของภายนอกและภายในห้าง เช่น ห้องน้ำ ตะกร้าและรถเข็น ซึ่งปัจจุบันทางห้างประสบปัญหาการจัดหาบริษัททำความสะอาด เนื่องจากในแต่ละบริษัทไม่สามารถจัดหาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในด้านการทำความสะอาดได้ เช่นบริษัท PCS ได้ยกเลิกการทำสัญญาไป เนื่องจากไม่มีบุคลากรที่เพียงพอ ดังนั้นจึงควรแก้ปัญหาในเรื่องการจัดหาบริษัททำความสะอาดที่มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ มีความรู้ด้านอุปกรณ์ในการทำความสะอาด และได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องในด้านการทำความสะอาดและมารยาทในการให้บริการลูกค้า

อีกส่วนหนึ่งทางห้างควรสร้างภาพลักษณ์ภายในและภายนอกห้างให้ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่นการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ภายในห้าง การจัดโซนสินค้าให้เป็นหมวดหมู่มากยิ่งขึ้น การตกแต่งให้ดูทันสมัยและสะอาด ซึ่งสามารถช่วยทำให้ลูกค้าจะเกิดความประทับใจ เมื่อพบเจอสิ่งๆ ที่ให้ความรู้สึกที่ดี เช่น ความสะอาด ร่มรื่น สวยงาม โดยสิ่งเหล่านั้นจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของห้างฯ สร้างบรรยากาศที่ดีในการเดินเลือกซื้อสินค้าดีขึ้น และยังช่วยเพิ่มยอดขายของทางห้างได้อีกทางหนึ่งด้วย

ในส่วนของปัญหาที่พบมากที่สุด คือป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน สามารถแก้ไขปัญหาโดยการจัดทำตัวหนังสือในป้ายราคาให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และใช้ป้ายขนาด 1 ส่วน 4 ของกระดาษ A4 เพื่อแสดงถึงสินค้าราคาพิเศษ สินค้าราคาสมาชิก แยกออกจากสินค้าราคาปกติ เนื่องจากป้ายที่ดึงดูดและให้ข้อมูลที่ครบถ้วน สามารถช่วยเพิ่มยอดขายเพราะสามารถกระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้นได้ เพิ่มภาพลักษณ์และบรรยากาศของทางห้างว่ามีการจัดรายการ มีสินค้าราคาถูกมาจำหน่าย อย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในระดับมาก มากกว่าผู้ที่เป็นสมาชิก อาจมีเหตุผลเนื่องมาจากผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก มาใช้บริการห้างแอมฟ้าไม่บ่อย ไม่ให้ความใส่ใจต่อภาพลักษณ์ของทางห้าง ไม่มีความผูกพันกับทางห้างมากนัก ซึ่งผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกของทางห้างมีจำนวนมากถึงร้อยละ 41.5 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นสมาชิกของห้างบิ๊กซีถึงร้อยละ 74.0 ดังนั้นทางห้างจึงควรเพิ่มการเป็นสมาชิกของลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากการให้โปรโมชั่นแก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกให้มากขึ้น เช่น จัดรายการวันสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าสมาชิก เช่น ส่วนลดพิเศษในวันเกิดแก่ลูกค้าสมาชิก เป็นต้น เพิ่มการคืนกำไรให้แก่ลูกค้า จากเดิมคืนให้ 1% ซึ่งต้องซื้อสินค้าครบ 100 แด้ม (10,000 บาท) ซึ่งสามารถเก็บสะสมคะแนนได้ 1 ปี จะได้รับบัตรกำนัล 100 บาท ควรปรับเปลี่ยนให้มีการแลกแเด้มให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ซื้อครบ 500 บาทสามารถนำแเด้มมาลดได้ทันที 1% หรือการนำแเด้มสะสมมาลดเป็นเปอร์เซ็นต์ ส่วนลดสินค้าได้ทันที เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันชอบการจัดทำโปรโมชั่นแลกแเด้มหรือรับสิทธิพิเศษแบบทันที ไม่ชอบการรอคอยหรือต้องสะสมแเด้มนาน ซึ่งจะสามารถเพิ่มจำนวนการเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งการเป็นสมาชิกและได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ จะเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้ามากยิ่งขึ้นในระยะยาว และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้นด้วย

นอกจากนั้น จากการศึกษาพบว่าห้างแอมฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก เนื่องมาจากการที่ห้างแอมฟ้า ได้เปิดให้บริการแก่ลูกค้ามาเป็นระยะเวลาถึง 30 ปี และตลอดระยะเวลาในการดำเนินการ ยึดถือหลักการบริการแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ เน้นความซื่อสัตย์ ความซื่อตรงในการให้บริการ ทั้งด้านการคัดเลือกสินค้ามาจำหน่าย เน้นด้านคุณภาพของสินค้า ชนิดของสินค้าที่หลากหลาย ครบครันและการตั้งราคาที่เหมาะสม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งยังให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชน ชุมชนต่างๆ และให้ความร่วมมือแก่หน่วยราชการต่างๆ ในจังหวัดลำพูนเป็นอย่างดีเสมอมา เช่น การบริจาคสิ่งของช่วยเหลือน้ำท่วมซึ่งปฏิบัติทุกปี การทำบุญร่วมสมทบทุนสร้างวัด สร้างโรงพยาบาลในจังหวัดลำพูนและใกล้เคียง เป็นต้น รวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อตอบแทนลูกค้าที่ทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมวันแม่ วันพ่อ หรือจัดกิจกรรมฉลองครบรอบวันเกิดของห้าง เป็นต้น ทั้งยังมีการพัฒนาองค์กรอย่าง

ต่อเนื่อง ทั้งทางด้านการบริหารจัดการในทุกๆส่วน การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และเพิ่มศักยภาพในด้านการแข่งขันกับคู่แข่ง ดังนั้นทางห้างจึงควรมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านระบบการบริหารจัดการ บุคลากร เทคโนโลยีต่างๆ และควรรักษาชื่อเสียงที่ดีของทางห้าง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในด้านการแข่งขันได้อีกทางหนึ่งด้วย

#### ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ในส่วนของปัญหาที่พบมากที่สุดในด้านกระบวนการบริการคือ จำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน ทางห้างควรจัดแคชเชียร์ให้ครบถ้วนในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากและจัดหาผู้ช่วยในการนำสินค้าใส่ถุงและจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าอย่างครบถ้วนในแต่ละเครื่องแคชเชียร์ที่ให้บริการ ส่วนในด้านการแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและใช้บริการ มีความล่าช้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย ควรแก้ไขโดยจัดระบบการทำงานของพนักงานให้เป็นขั้นตอนและสามารถส่งต่อหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยเมื่อลูกค้าประสบปัญหาด้านต่างๆ ในขณะที่มาใช้บริการ พนักงานทุกคนต้องสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้แก่ลูกค้าได้ ในกรณีที่ เป็นปัญหาที่พนักงานไม่สามารถตัดสินใจหรือแก้ปัญหาได้ หัวหน้างานหรือหัวหน้าแผนกต้องเป็นผู้ที่เข้ามาแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที และห้างฯ ควรกำหนดวิธีการปฏิบัติงานแต่ละตำแหน่งอย่างเป็นขั้นตอน เป็นระบบ โดยกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานสำหรับหน้าที่ต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและส่งเสริมให้เกิดคุณภาพบริการที่ดีแก่ลูกค้าได้

นอกจากนั้น จากการศึกษาพบว่ามีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ทางห้างจึงควรรักษาและพัฒนามาตรฐานด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น โดยให้มีความผิดพลาดน้อยที่สุด โดยให้พนักงานแคชเชียร์เข้ารับการอบรมในส่วนของการทำงาน ทั้งด้านมารยาทในการให้บริการ การเรียนรู้ว่าห้างมีสินค้าประเภทใดบ้าง ซึ่งแคชเชียร์จะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ใกล้ชิดกับพนักงานขาย โดยจะมีลูกค้าสอบถามเกี่ยวกับสินค้ามากเช่นเดียวกับพนักงานขาย เพื่อให้สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ อบรมขั้นตอนในการรับชำระเงินของลูกค้าเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันทางห้างได้มีค่าตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานแคชเชียร์ที่ทำงานถูกต้อง เช่น ไม่มีเงินขาด-เกินเครื่อง ทำงานตามขั้นตอนอย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้พนักงานแคชเชียร์มีความถูกต้องในการชำระเงินให้แก่ลูกค้า ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อใจในการให้บริการของทางห้างอีกทางหนึ่งด้วย