

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง พฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง และปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าต่อการที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม จากลูกค้า จำนวน 385 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท

##### 5.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ที่ร้าน โฮม โปรมากที่สุด รองลงมาคือ ร้าน โฮมสุขภัณฑ์ ร้าน โกลบอลเฮาส์ ร้าน โกลบอลเฮาส์ ร้าน คีดีอูมิเนียม ร้าน โกลบอลทรีท ร้าน โฮมมอลล์ ร้าน เลิศวสิน ร้าน ไทวัสดุ ตามลำดับ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อจากร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างมากที่สุดคือ สุขภัณฑ์ รองลงมาคือ อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์ครัว ก๊อกน้ำ กระเบื้อง สี สีน้า D.I.Y ถังเก็บน้ำ/ถังบำบัดน้ำ บริการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์อื่นๆ บริการติดตั้ง บริการออกแบบ ตามลำดับ และวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เพื่อใช้ในการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยของตนเอง โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคำแนะนำจากพนักงานขาย และมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างปานกลาง พบว่าแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ราคาถูกกว่าร้านอื่น โดยบุคคลผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ครอบครัว ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้บริการกับร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างคือ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อวัสดุก่อสร้างคือ 5,000 -

20,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปดูก่อนร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างตัดสินใจซื้อวัสดุ  
ก่อสร้างจำนวน 2 ร้าน โดยส่วนมากไปดูเพียง 1 ครั้งก่อนตัดสินใจซื้อ

### 5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษานี้ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมใน  
ระดับมาก โดยพึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าแต่ละ  
ประเภท และสินค้ามีการรับประกัน

**ปัจจัยด้านราคาสินค้า** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ มีราคาให้เลือกตามคุณภาพ  
ของสินค้า และการกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้และสะดวกต่อการเดินทาง นั่นคือร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง  
ตั้งอยู่ใจกลางเมือง หรือสามารถเดินทางไปได้หลายเส้นทาง รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก  
และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อย  
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับชัดเจน  
จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ และข้อมูลข่าวสารทันต่อเหตุการณ์และรวดเร็ว

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย  
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมี  
ความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการบริการ และพนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดีสม่ำเสมอ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยมี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการ เช่น จำนวนเงิน จำนวนสินค้า เป็นต้น  
รองลงมาคือ บริการคำแนะนำ หรือให้คำปรึกษา เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความรู้  
ความชำนาญเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้างในระดับปานกลาง และสถานที่ดูทันสมัย สวยงาม นำให้บริการ  
เพื่อดึงดูดผู้มาใช้บริการ

#### 5.1.4 ผลการศึกษาจากสมการการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regressions)

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยสมการการถดถอยเชิงพหุคูณ และโดยการประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ อายุ (Age) หากลูกค้ามีอายุเพิ่มขึ้น 1 ปีแล้ว มีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างลดลงเท่ากับ 0.001 หน่วย รายได้ (Income) หากลูกค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1 บาทแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.005 หน่วย ซึ่งปัจจัยเพศและอายุมีผลต่อความพึงพอใจน้อยมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) หากสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.194 หน่วย ปัจจัยด้านราคา(Price)หากราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.236 หน่วย ปัจจัยด้านสถานที่(Place) หากทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้และสะดวกต่อการเดินทางแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.098 หน่วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promo) หากมีการลด แลก แจก แถมแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.052 หน่วย ปัจจัยด้านบุคลากร(Person) หากพนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.308 หน่วย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ(Phys) หากมีความถูกต้องในการให้บริการแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.114 หน่วย และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ หากลูกค้าเป็นเพศชายแล้วมีโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.006 หน่วย

#### 5.2 อภิปรายผล

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ(Services Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุ ค ล า ก ร (People) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และทบทวนวรรณกรรมดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญชัยลีวณิชย์ (2542) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล(2555) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากห้างหุ้นส่วนจำกัดยุทธนาฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน

**ปัจจัยด้านราคาสินค้า** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ยุทธนา นฤนาทวงศ์สกุล(2555) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากห้างหุ้นส่วนจำกัดยุทธนาฮาร์ดแวร์ จังหวัดเชียงใหม่พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพสินค้า

**ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้และสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร เกรือใหม่(2547) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเขตเทศบาลนครลำปางจังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการเลือกซื้อ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การลด แลก แจกแถม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชาญชัย ลีวณิชย์ (2542) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การลด แลก แจกแถม

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุรีย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์(2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน



พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือพนักงานกล่าวเชิญชวนลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุริย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์(2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เป็นร้านเก่าแก่ เปิดบริการมานาน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าลูกค้าตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้า มีการตรวจสอบหรือทดสอบคุณภาพสินค้าก่อนจำหน่าย เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างควรตั้งราคาสินค้าโดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับให้มากที่สุด โดยทำการศึกษาความต้องการของผู้ซื้อด้วยความต้องการในสินค้าแต่ละตัวมาน้อยเพียงใด และในการตั้งราคาสินค้าสามารถใช้วิธีการต่างๆผสมผสานปรับใช้ ได้แก่ การตั้งราคาโดยการกำหนดส่วนลด การตั้งราคาเชิงจิตวิทยา การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการขาย การตั้งราคาตามคู่แข่ง เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า ประเภท และช่วงโอกาส ประกอบด้วย

**ด้านสถานที่** จากการศึกษาพบว่าที่ตั้งร้านสะดวกต่อการเดินทาง เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างควรให้ความสำคัญที่ตั้ง และทำเลกิจการ พร้อมทั้งการจัดรูปแบบร้านให้เป็นมาตรฐาน แบ่งหมวดหมู่สินค้าอย่างชัดเจน พร้อมทั้งจัดทำป้ายบอกทางเพื่อให้ลูกค้าสามารถหาสินค้าได้ง่าย รวมทั้งรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร และควรจัดทำทางเข้า และทางออกให้ชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการใช้บริการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าการจัดกิจกรรมทางการตลาด การลด แลก แจก แถม ให้ความพึงพอใจกับลูกค้าในระดับมากและให้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างควรให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น ว่าจะเป็นการตลาด

ทางตรง หรือการตลาดทางอ้อม พร้อมทั้งจัดการแสดงสินค้าอยู่เป็นประจำ เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ โดยขอความร่วมมือจากผู้ผลิตสินค้านั้นๆ

**ด้านบุคลากร** ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างควรเพิ่มจำนวนพนักงานบริการในช่วงเวลาพักกลางวัน เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยจัดเวรพนักงานให้แน่นอนเพื่อลดปัญหาพนักงานบริการไม่เพียงพอและทำให้การบริการล่าช้าควรให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการในทุกๆ ด้าน ควรมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดโปรแกรมการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับเพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในงานบริการ โดยเน้นการต้อนรับและบริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอัธยาศัยที่ดี มีกิริยาอาการอ่อนน้อม สุภาพอ่อนโยน รวมทั้งการพัฒนาความรู้และความชำนาญในการให้บริการอย่างมืออาชีพเพื่อให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ปลูกฝังความรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ มีความซื่อสัตย์ สุจริต เป็นที่ไว้วางใจ ตลอดจนการแต่งกาย สะอาด สุภาพ และเรียบร้อย อาจใช้วิธีให้ Incentive เพื่อกระตุ้นยอดขายหรือพนักงานที่ไม่เคยมาสายหรือลางาน

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ควรจัดพื้นที่และบรรยากาศภายในร้านให้มีความรู้สึกโปร่งและไม่อึดอัด มีเก้าอี้ที่นั่งสบาย หรือปรับเปลี่ยนบรรยากาศและการตกแต่งร้านตามฤดูกาลเพิ่มจำนวนห้องน้ำ หากสามารถจัดสรรพื้นที่ได้ และเน้นการรักษาความสะอาดของห้องน้ำเป็นพิเศษ โดยจัดให้พนักงานประจำห้องน้ำคอยดูแลทำความสะอาดห้องน้ำในทุกช่วงเวลาแต่อาจเน้นความถี่ของการทำความสะอาดในช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการมาก ควรจัดบริเวณพื้นที่สูบบุหรี่ไว้ให้ห่างจากบริเวณใกล้กับห้องน้ำ เพราะอาจทำให้มีกลิ่นเหม็น โดยกำหนดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ไว้อย่างชัดเจน ควรปรับปรุงระบบถ่ายเทอากาศทั้งบริเวณภายในห้องแอร์

และบริเวณภายนอกทั้งหมด และควรให้ความสำคัญในกระบวนการให้บริการทุกขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในเรื่องบุคลากรที่ควรจัดให้มีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดโปรแกรมการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทุกระดับ ส่งผลให้พนักงานทุกแผนกทำงานด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการรับรายการสินค้า การจัดเตรียมสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้า ควรมีการทวนคำสั่งรายการสินค้าทุกครั้งเพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาด อาจเพิ่มพนักงานแคชเชียร์ชั่วคราวในวันศุกร์และวันเสาร์ เพื่อให้การชำระเงินเป็นไปอย่างรวดเร็ว ควรมีการจัดการเรื่องระยะเวลาในการรอรับสินค้าให้มีความรวดเร็วมากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจในการใช้บริการแก่ลูกค้า

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดเชียงใหม่โดยรวม ซึ่งเป็นการศึกษาถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ หากต้องการทราบความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า หรือบริการนั้นๆ หรือร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างนั้นๆ ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรทำการศึกษาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการหรือร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่ต้องการทราบเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ดีมากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษามาตรฐานลูกค้า เพื่อศึกษาถึงเหตุผลในการกลับมาซื้อซ้ำที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ติดตามข้อมูลข่าวสาร ในตลาดวัสดุก่อสร้างอยู่เสมอเพื่อจะได้ข้อเท็จจริงที่มีน้ำหนัก สำหรับการเก็บข้อมูลควรเป็นไปอย่างระมัดระวัง โดยต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการจัดทำงานวิจัย เพื่อให้ได้ผลออกมาสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา