ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

เสาวนีย์ วงษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2558

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

เสาวนีย์ วงษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2558

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

เสาวนีย์ วงษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ **อาจารย์ที่ปรึกษา**

..... ประธานกรรมการ .....

(ดร.ศันสนา สิริตาม) (อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศราภัยวานิช)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศราภัยวานิช)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เขมกร ไชยประสิทธิ์)

7 สิงหาคม 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากอาจารย์ อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศราภัยวานิช ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำ และการตรวจแก้ข้อบกพร่องจุดต่างๆจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาทุกท่านที่คอยอบรมสั่งสอนให้ ผู้ศึกษามีทั้งความรู้และจริยธรรมในการดำเนินชีวิตจนกระทั่งได้รับความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่ได้ให้ข้อคิด คำแนะนำ และการสนับสนุนด้านการศึกษา ตลอดจนกำลังใจที่เต็มเปี่ยมมาโดยตลอด

เสาวนีย์ วงษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ผู้เขียน นางเสาวนีย์ วงษา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.นฤนาถ ศราภัยวานิช

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 15-18 ปี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 100-300 บาท รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก มาใช้บริการนานๆ ครั้ง ในช่วงวันที่ไม่แน่นอน โดยมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียน คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง เหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในภาพรวมของส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแสดงรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ และพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Aukkharaphan Phanit

Author Mrs. Soawanee Wongsa

Degree Master of Business Administration

Advisor Dr. Naruanard Sarapaivanich

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards marketing mix of Aukkharaphan Phanit. Questionnaires were used as the tool to collect data. Data obtained were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and means.

The findings presented that most respondents were female in the age of 15-18 years old and earned monthly income at lower than 5,000 Baht. Their education background was undergraduate level. Presently they were students. Products that they purchased were A4 paper, cover paper, lined paper, and bond paper. In each purchase, the estimated expense for stationaries was 100-300 Baht. They learned about the Aukkharaphan Phanit from friends, relatives, and acquaintance. They rarely took services from the studied store on uncertain day during 9.01-11.00 hrs. Person who owned authority in purchasing stationaries was the respondents themselves. Reason of purchasing stationaries from the Aukkharaphan Phanit was product varieties.

According to the study, the respondents satisfied with the overall marketing mix of Aukkharaphan Phanit at high level. Their satisfaction was respectively given to the marketing mix factors namely place, price, product, and promotion in descending order, with the details as follows.

In an overview, the respondents satisfied with the product factor of Aukkharaphan Phanit at high level. The top satisfaction was to have all products as needed and the last satisfaction was the beauty of product and its package.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

In an overview, the respondents satisfied with the price factor of Aukkharaphan Phanit at high level. The top satisfaction was the variable product pricing: high, medium, and low product prices and the last satisfaction was the negotiable price for large order.

In an overview, the respondents satisfied with the place factor of Aukkharaphan Phanit at high level. The top satisfaction was the location where was easy to find and the last satisfaction was the ease and convenience to make a contact via phone.

In an overview, the respondents satisfied with the promotion factor of Aukkharaphan Phanit at high level. The top satisfaction was the staff, who was knowledgeable on a certain type of product and could introduce products to customers and the last satisfaction was the attractive events on special festival such as back-to-school season.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบาญตาราง		ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
	1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	2.1 แนวคิดและทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	8
	3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	8
	3.2 วิธีการศึกษา	9
	3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	10
	3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	11
	3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	11

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4	สรุปผลการศึกษา	12
	4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
	4.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	16
	4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	22
	4.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่างๆในการใช้บริการที่ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	28
	4.5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามตามเกลุ่มลูกค้า	29
	4.6 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามตามกลุ่มลูกค้า	37
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	43
	5.1 สรุปผลการศึกษา	44
	5.2 อภิปรายผล	50
	5.3 ข้อค้นพบ	52
	5.4 ข้อเสนอแนะ	53
บรรณานุกรม		56
ภาคผนวก		57
	แบบสอบถาม	58
ประวัติผู้เขียน		64

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	13
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	13
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	14
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	15
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	15
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ	16
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ	17
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากแหล่ง	18
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนของท่านโดยเฉลี่ย	18
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่ท่านนิยมมาใช้บริการ	19
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ท่านนิยมมาใช้บริการ	20
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียน	20
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	21
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	22
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	25
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	26
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผล ของความพึงพอใจในภาพรวมของส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์	27
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่เลือกซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	29
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	30
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	31
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงวันที่มาใช้บริการในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	32
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่มาใช้บริการในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	33
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของการรู้จักร้านจากแหล่งใดในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	34
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	35
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	36
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	37
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	38

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า 40

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า 41

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน (Stationery) จัดเป็นสินค้าที่มีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการทางสังคมและเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญในการศึกษาเรียนรู้และการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกปัจจุบันที่สังคมและเศรษฐกิจมีการพัฒนาก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น เครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการศึกษาและการประกอบอาชีพ จึงจัดเป็นสินค้าประเภทสินค้าจำเป็นที่ทุกคนที่อยู่ในวัยศึกษาและทำงานจำเป็นต้องใช้ จึงทำให้ตลาดของสินค้าประเภทเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานยังสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องโดย ตลาดอุปกรณ์เครื่องเขียนในประเทศปี 2556 มีมูลค่าตลาด 33,000 ล้านบาท โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 10-12 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556: ออนไลน์)

สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน แบ่งเป็น 3 ประเภทหลักได้แก่ 1. ประเภทออฟฟิศซัพพลาย ได้แก่ สินค้าประเภท ปากกา กระดาษ มี สัดส่วนร้อยละ 50 2. ประเภทออฟฟิศแมชชีน ได้แก่ แฟกซ์ และเครื่องถ่ายเอกสาร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และ 3. ประเภทออฟฟิศ เฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 โดยปัจจุบัน สินค้าเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน มีสินค้าครอบคลุมตลาดมากกว่า 7,000 รายการ และมีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะสินค้าในตลาดระดับกลางและล่าง ซึ่งมีสินค้าให้เลือกซื้อจำนวนมาก และค่อนข้างมีความหลากหลาย อีกทั้งยังหาซื้อได้ง่าย โดยการแข่งขันมีทั้งจากสินค้าที่ผลิตในประเทศ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556 ออนไลน์)

ร้าน อัครภัณฑ์พาณิชย์ ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกเกี่ยวกับเครื่องเขียน ใน อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย โดยดำเนินธุรกิจในรูปของคณะบุคคลมาตั้งแต่ปี 2541 มีทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท โดยมีคุณเสาวนีย์ วงษา ดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการ/เจ้าของร้าน โดยทางร้านได้ดำเนินกิจการจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนมาเป็นเวลายาวนานกว่า 15 ปี โดยเริ่มต้นจากการรับสินค้าเครื่องเขียนมาจำหน่ายโดยรับจากบริษัทผู้ผลิตโดยตรงและจากร้านขายส่งที่เป็นตัวแทน สำหรับสินค้าที่ทางร้านวางจำหน่ายนั้น มีครบทั้งสามประเภท ออฟฟิศซัพพลาย ออฟฟิศแมชชีน และออฟฟิศเฟอร์นิเจอร์ โดยเป็นเครื่องเขียนจากบริษัทผู้ผลิตชั้นนำที่ได้รับความนิยม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจุบันทางร้านมีกลุ่มลูกค้าอยู่ทั้งหมด 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าลำดับสุดท้าย (End User) ที่มาซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนไปใช้โดยส่วนตัว อาทิเช่น นักเรียน นักศึกษา คนทำงาน หรือผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งกลุ่มนี้มักซื้อไปเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลและจะมีกำลังซื้อแม้ในภาวะวิกฤติ โดยมักให้ความสนใจกับสินค้าที่ทันสมัย เป็นลักษณะสินค้าแฟชั่น และกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าองค์การ อาทิเช่น สำนักงาน หน่วยงาน ต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็นสัดส่วนยอดขายแล้วคิดเป็น 70 : 30 โดยกลุ่มลูกค้าองค์การนี้จะมียอดกำไรอยู่ในสัดส่วนที่น้อยกว่า ลูกค้าลำดับสุดท้าย (ขวัญดาว ธรรมสอน, 2556 ; สัมภาษณ์) ประกอบกับจากข้อมูลลูกค้าลำดับสุดท้ายที่เป็นลูกค้าหลักของกิจการในปี 2556 พบว่ามีจำนวนลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับในปี 2555 โดยลดลงเป็นอัตราส่วนร้อยละ20 (ข้อมูลลูกค้าร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์, 2556)

โดยปัจจุบัน ร้าน อัครภัณฑ์พาณิชย์ เป็นร้านที่มีขนาดใหญ่ ที่สุดใน อ.เวียงป่าเป้า โดยมีร้านค้าคู่แข่งในระดับต่างๆ ประมาณ 10-15 ราย ทั้งในพื้นที่ใกล้เคียงและต่างอำเภอ อาทิเช่น ร้านเกียรติไพบูลย์ ร้านอุทยานเครื่องเขียน ร้านฟางเครื่องเขียน และนิตยาเครื่องเขียน โดยตลอดระยะเวลาภายใน 3 ปีที่ผ่านมามีการเพิ่มขึ้นของร้านคู่แข่งประมาณ 5-7% ต่อปี โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 1-2 ร้านค้า อาทิ ร้านฉิมพลีการค้า ร้านมังกรทอง ที่เพิ่งเปิดให้บริการ ในปี 2556 นี้ (ขวัญดาว ธรรมสอน, 2556: สัมภาษณ์)

จากปัญหาการลดลงของลูกค้า ในขณะที่ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ เป็นร้านที่มีขนาดใหญ่และมีจำนวนสินค้าหลากหลายที่สุด ประกอบการซื้อสินค้าซ้ำของลูกค้าเก่ามีอัตราส่วนลดลง จากเดิมรวมถึงสภาพตลาดและการแข่งขัน ของธุรกิจดังกล่าว แม้ว่าทางร้านได้มีการเพิ่มรูปแบบของสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น ทั้งสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก หรือเป็นสินค้ากลุ่มใหม่ เช่น สินค้ากิ๊ฟช็อบต่างๆ ทางร้านให้จัดทำส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่มียอดซื้อในปริมาณมากเช่น ซื้อเป็นแพ็ค โหลเป็นต้น รวมถึงยังมีการรับพนักงานชั่วคราว (Part-time) เข้ามาทำงานในช่วงเวลาที่ลูกค้ามีปริมาณมาก เช่น ตอนเย็น หรือ วันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อความสะดวกในการให้บริการเพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนานแล้วก็ตาม

ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ และผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้แก่เจ้าของธุรกิจในการใช้ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการสร้างความพึงพอใจนั้นนอกจากจะทำให้ลูกค้าเดิมกลับมาซื้อซ้ำแล้วนั้นยังสามารถที่จะเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้โดยการบอกต่ออีกด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการทำงานของกิจการและสามารถกำหนดแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้มากที่สุด

3. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจหรือธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน ที่จะสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกโดยรวมของบุคคลที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ซึ่งเป็นระดับความรู้สึกที่เกิดจากการรับรู้ผลจากการให้บริการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าทั่วไปที่เป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย (End User) อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่มาซื้อเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งไม่ได้แสวงหากำไรแต่อย่างไร

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับการให้บริการลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ หมายถึง ร้านจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงานโดยมีสถานที่ตั้งอยู่เลขที่ 114 หมู่ 2 ต.เวียง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย 57170

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จังหวัดเชียงรายและคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction)

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551:180-181) กล่าวว่า"ความพึงพอใจ"ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" ซึ่งมีความหมายว่า "ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง" และตามความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า "ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง" หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า "ความพึงพอใจหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง"

ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาตามความหมาย "ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง" หรืออีกนัยหนึ่งคือ "ความพึงพอใจ" หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ฉัตยาพร เสมอใจ ,2549:18)

2) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552: 81-82) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า การลดราคาผลิตภัณฑ์ และปัจจัยอื่นๆ เช่น กฎหมาย ภาวะเศรษฐกิจ ฯลฯ

3.ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ โดยมีเครื่องมือประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ
- การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ
- การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation - PR) การให้ข่าว เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ คือความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์
- การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง วิธีการต่างๆที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมาย การขายโดยใช้แคตตาล็อค และการขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมตอบสนอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) ได้ศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย และทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-22 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 5,000-8,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นถึงส่วนประสมการตลาดต่อการซื้อเครื่องเขียน ทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ

โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเรียงลำดับดังต่อไปนี้ ควรสินค้าให้เลือกหลากหลาย รองลงมาคือ ควรมีหลายระดับราคา สินค้าควรต่อรองราคาได้ ที่ตั้งของร้านควรอยู่ในบริเวณชุมชน เทศกาลต่างๆ ควรมีแจกจองขวัญเล็กๆน้อยๆ จำนวนพนักงานว่าเพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานต้อนรับไว้คอยให้คำแนะนำสินค้า ภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมของร้านสวยงาม สดชื่น มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง พนักงานควรให้บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน และพนักงานไม่ควรยืนเฝ้าลูกค้ามากเกินไป

มิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียน ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านขายเครื่องเขียนจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ ในการ วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 15-20 ปี รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทการศึกษาระดับปริญญาตรี ประเภทของสินค้าที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด คือ ประเภทอุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา ดินสอ ยางลบ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ต่อครั้ง 100-200 บาท ลูกค้ายังคงตัดสินใจมาใช้ บริการที่ร้านขายเครื่องเขียนในอนาคตเป็น ส่วนใหญ่ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียนในด้านส่วนประสมการตลาดสำหรับงานบริการโดยรวมในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากไป ค่าเฉลี่ยระดับน้อยดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ครบตามความต้องการ ด้านกระบวนการ ได้แก่ การคิดเงินรวมเร็ว ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานแนะนำตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด-พนักงานอัธยาศัยดี ด้านราคา ได้แก่ มีหลายระดับราคา และด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถเดินทางมาร้านได้ง่าย ตามลำดับ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลูกค้าที่มี เพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ร้านขายเครื่องเขียนแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าที่มี อายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านขายเครื่องเขียนแตกต่างกันในด้านผลิตภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าระยะเวลาใน การเป็นลูกค้าและความถี่ในการมาใช้บริการที่แตกต่างกันของลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

อรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียนและผู้ที่สนใจในการนำผลการวิจัยที่ได้มาวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในสาขาทางศิลปะที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 278 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 18-20 ปี รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 3,000 บาท ระดับการศึกษาระดับ ปวส. โดยซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนแบบเลือกเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ โดยต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เพื่อใช้ในการประกอบการเรียน โดยเห็นว่า ราคาของอุปกรณ์เครื่องเขียนแบบ อุปกรณ์วาดภาพ และอุปกรณ์การเพ้นท์ อุปกรณ์การพิมพ์ และซิลค์สกรีน ยังมีราคาแพง ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องเขียนประกอบการเรียนครั้งละ 100-300 บาท โดยเป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง และซื้อจากร้านประจำ 2-3 ร้าน โดยเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากกับร้านค้าที่สามารถให้เลือกหยิบสินค้าได้เอง มียี่ห้อที่ต้องการ สถานที่สะดวกทันสมัย ราคาถูกกว่าแหล่งอื่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการหลังการขายส่วนใหญ่คือ การเปลี่ยนสินค้าไม่ได้

สำหรับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียนพบว่าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3
ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ในจังหวัดเชียงรายและคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้บริโภค หรือ ลูกค้าลำดับสุดท้าย ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (Ken Black, 2007)

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^{2}\,\hat{\sigma}^{2}}{E^{2}}$$

โดยที่

n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$Z_{\frac{\alpha}{2}}$	คือ	ค่าปกติมาตรฐาน (Standard Normal Value) ที่สอดคล้องกับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด (ณ ระดับที่ ความเชื่อมั่น 95% = 1.96)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by University
All rights reserved

$\hat{\sigma}$ คือ ค่าประมาณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร
= (ค่าสูงสุด – ค่าต่ำสุด) / 4
เมื่อ Scale ที่ใช้เป็นช่วงคะแนน 1-5
$\hat{\sigma}$ = (5-1)/4 = 1

E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Maximum allowable error) กำหนดให้เท่ากับ 0.10 จาก Scale 1-5

C

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(1)^2}{(0.10)^2} = 384.16 \text{ ราย}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 385 ตัวอย่างจากลูกค้าอายุตั้งแต่ 15 ปี และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยความสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สินค้าที่เลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สินค้าที่เลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม วิเคราะห์โดย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ ซึ่งแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้ (กุณฑลี รื่นรมย์, 2551)

ระดับคะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.50 - 5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	พึงพอใจในระดับมาก
2.50 - 3.49	พึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	พึงพอใจในระดับน้อย
1.00 - 1.49	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการที่ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จังหวัดเชียงราย และคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 4 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง กรกฎาคม 2558

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1-4.5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ (ตารางที่ 4.6-4.13)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ (ตารางที่ 4.14-4.18)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่างๆในการใช้บริการที่ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า (ตารางที่ 4.19-4.26)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า (ตารางที่ 4.27-4.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1-4.5)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	126	32.73
หญิง	259	67.27
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.27 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.73

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-18 ปี	110	28.57
19-22 ปี	43	11.17
23-26 ปี	22	5.70
27-30 ปี	42	10.91
31-34 ปี	50	12.99
35-38 ปี	24	6.23
39-42 ปี	34	8.83
43-46 ปี	20	5.20
47-50 ปี	20	5.20
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	20	5.20
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 15-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.58รองลงมาคือ 31-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.99 19-22ปี คิดเป็นร้อยละ11.27 27-30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 10.91 39-42 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.83 35-38 ปี คิดเป็นร้อยละ6.23 23-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.70 และ43-46ปี 47-50ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ไม่เกิน 5,000 บาท	119	30.91
5,001 – 10,000 บาท	79	20.52
10,001 – 15,000 บาท	48	12.47
15,001 – 20,000 บาท	57	14.81
20,001 – 25,000 บาท	47	12.21
25,001 – 30,000 บาท	7	1.82
30,001 – 35,000 บาท	11	2.86
35,001 - 40,000 บาท	11	2.86
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	6	1.56
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.91 รองลงมาคือ รายได้ 5,001 –10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.52 รายได้15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.81 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.47 รายได้20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.21 รายได้ 30,001 – 35,000 บาทและ รายได้ 35,001 - 40,000 บาท มีค่าเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.86 รายได้ 25,001 –30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.82 และ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	65	16.88
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	101	26.24
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	35	9.09
ปริญญาตรี	150	38.96
สูงกว่าปริญญาตรี	34	8.83
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ38.96 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)คิดเป็นร้อยละ 26.24 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ16.88 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 9.09 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ8.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	112	29.09
นักศึกษา	32	8.31
พนักงานเอกชน	86	22.33
ข้าราชการ	111	28.83
อาชีพอื่น ๆ	53	11.44
รวม	**385**	**100.00**

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานหน่วยงานรัฐ 2 ราย / ค้าขาย 17 ราย / แม่บ้าน 6 ราย / รับจ้าง 11 ราย / เกษตรกร 8 ราย

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนคิดเป็นร้อยละ 29.09 รองลงมาคือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ28.83 พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22.33 อาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.44 และนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.31 ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม	196	50.91
สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล	212	55.06
ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ	222	57.66
เครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบ หมุด	89	23.12
กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษ	125	32.47
เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทปติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม	160	41.56
กระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์	248	64.42
เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์	67	17.40
รวม	**385**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ คิดเป็นร้อยละ 64.42 รองลงมาคือ ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ คิดเป็นร้อยละ 57.66 สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล คิดเป็นร้อยละ55.06 แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม คิดเป็นร้อยละ 50.91 เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทปติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม คิดเป็นร้อยละ 41.56 กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษคิดเป็นร้อยละ 32.47 เครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบ หมุด

คิดเป็นร้อยละ 23.12 และ เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์ คิดเป็นร้อยละ17.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	36	9.35
100-300 บาท	122	31.69
301-500 บาท	99	25.71
501-700 บาท	49	12.73
701-1,000 บาท	15	3.90
มากกว่า 1,000 บาท	64	16.62
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 100-300 บาท คิดเป็นร้อยละ31.69 รองลงมาคือ 301-500 บาทคิดเป็นร้อยละ 25.71 มากกว่า 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 16.62 501-700 บาท คิดเป็น ร้อยละ 12.73 ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.35 และ701-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ3.90 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากแหล่ง

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	63	16.36
ป้ายโฆษณา	50	12.99
การตกแต่งหน้าร้าน	69	17.92
เพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก	203	52.73
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมาคือ การตกแต่งหน้าร้าน 17.92 วิทยุ 16.36 และป้ายโฆษณา 12.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนของท่านโดยเฉลี่ย

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	85	22.08
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	35	9.09
สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	24	6.23
เดือนละ 1 ครั้ง	82	21.30
เดือนละ 2 ครั้ง	43	11.17
นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)	116	30.13
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) คิดเป็นร้อยละ 30.13 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.30 สัปดาห์ละ1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.08 เดือนละ 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ11.17 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.09 และสัปดาห์ละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.23 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่ท่านนิยมมาใช้บริการ

วันที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	26	6.75
อังคาร	2	0.52
พุธ	17	4.42
พฤหัสบดี	6	1.56
ศุกร์	16	4.16
เสาร์	40	10.39
อาทิตย์	20	5.19
กำหนดแน่นอนไม่ได้	258	67.01
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 67.01 รองลงมาคือ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 10.39 วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ6.75 อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ5.19 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ4.42 วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ4.16 วันพฤหัสบดีคิดเป็นร้อยละ 1.56 และวันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ท่านนิยมมาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
7.00 – 9.00 น.	25	6.49
9.01 – 11.00 น.	98	25.45
11.01 – 13.00 น.	42	10.91
13.01 – 15.00 น.	57	14.81
15.01 – 17.00 น.	71	18.44
17.01 – 19.00 น.	92	23.90
รวม	**385**	**100.00**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.45 รองลงมาคือ 17.01 – 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.90 15.01 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.44 13.010–15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.81 11.01 – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.91 และ 7.00 – 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียน

ผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	330	85.71
เพื่อน	27	7.01
คนในครอบครัว	25	6.49
อื่น ๆ	3	0.78
รวม	**385**	**100.00**

หมายเหตุ แฟน 3 ราย

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนส่วนใหญ่คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 85.57 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็น ร้อยละ 7.01 คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.49 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ0.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	316	82.08
ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	163	42.34
สินค้าราคาถูก	122	31.69
ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	238	61.82
สินค้าคุณภาพดี	189	49.09
มีที่จอดรถสะดวก	82	21.30
มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน	149	38.70
มีส่วนลด แลก แจกแถม	45	11.69

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 82.08รองลงมาคือ ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 61.82 สินค้าคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ49.09 ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 42.34 มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ38.70 สินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ31.69 มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 21.30และมีส่วนลด แลก แจกแถม คิดเป็นร้อยละ 11.69 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	42 (10.91)	219 (56.88)	112 (29.09)	9 (2.34)	3 (0.78)	3.75 (มาก)	3
สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ	54 (14.03)	225 (58.44)	94 (24.42)	12 (3.12)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	1
ความทันสมัยของสินค้า	37 (9.61)	173 (44.94)	162 (42.08)	13 (3.38)	0 (0.00)	3.61 (มาก)	6
ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์	33 (8.57)	125 (32.47)	198 (51.43)	28.00 (7.27)	1 (0.26)	3.42 (ปานกลาง)	9
สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้น	60 (15.58)	160 n (41.56)	157 (40.78)	8 (2.08)	0 (0.00)	3.71 (มาก)	4
ความเพียงพอของสินค้า	50 (12.99)	229 (59.48)	95 (24.68)	9 (2.34)	2 (0.52)	3.82 (มาก)	2
ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี ,ขนาด,ลวดลาย)	48 (12.47)	175 (45.45)	153 (39.74)	8 (2.08)	1 (0.26)	3.68 (มาก)	5
การคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว	41 (10.65)	165 (42.86)	167 (43.38)	10 (2.60)	2 (0.52)	3.61 (มาก)	6
การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว	55 (14.29)	126 (32.73)	191 (49.61)	13 (3.38)	0 (0.00)	3.58 (มาก)	7
บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน	44 (11.43)	127 (32.99)	198 (51.43)	12 (3.12)	4 (1.04)	3.51 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.65 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือความเพียงพอของสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.82 สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ค่าเฉลี่ย 3.75 สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.71 ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี,ขนาด,ลวดลาย) ค่าเฉลี่ย 3.68 ความทันสมัยของสินค้า และการคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากันค่าเฉลี่ย 3.61 การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.58 และบริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง คือ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.42

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	64 (16.62)	192 (49.87)	112 (29.09)	14 (3.64)	3 (0.78)	3.78 (มาก)	2
การติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน	48 (12.47)	195 (50.65)	119 (30.91)	19 (4.94)	4 (1.04)	3.69 (มาก)	3
สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคาปานกลาง ราคาต่ำ	67 (17.40)	198 (51.43)	99 (25.71)	18 (4.68)	3 (0.78)	3.80 (มาก)	1
การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก	46 (11.95)	127 (32.99)	180 (46.75)	28 (7.27)	4 (1.04)	3.48 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.68 (มาก)**	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากโดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ ค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.78 และการติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง คือ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก ค่าเฉลี่ย 3.48

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย	109 (28.31)	192 (49.87)	70 (18.18)	13 (3.38)	1 (0.26)	4.03 (มาก)	1
พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง	78 (20.26)	197 (51.17)	94 (24.42)	16 (4.16)	0	3.88 (มาก)	2
ที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง ปลอดภัย	45 (11.69)	152 (39.48)	152 (39.48)	32 (8.31)	4 (1.04)	3.52 (มาก)	4
การจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่สะดวกในการเลือกซื้อ	44 (11.43)	182 (47.27)	147 (38.18)	12 (3.12)	0 (0.00)	3.67 (มาก)	3
การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก	34 (8.83)	155 (40.26)	166 (43.12)	22 (5.71)	8 (2.08)	3.48 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.71 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากโดยเรียงลำดับตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง ค่าเฉลี่ย 3.88 การจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.67 และที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง คือ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก คิดเป็นร้อยละ 3.48

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็น อย่างดีสามารถแนะนำตัวสินค้าได้	71 (18.44)	210 (54.55)	88 (22.86)	16 (4.16)	0 (0.00)	3.87 (มาก)	1
พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	75 (19.48)	159 (41.30)	123 (31.95)	24 (6.23)	4 (1.04)	3.72 (มาก)	4
พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม	72 (18.70)	197 (51.17)	93 (24.16)	18 (4.68)	5 (1.30)	3.81 (มาก)	3
พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร	82 (21.30)	192 (49.87)	87 (22.60)	19 (4.94)	5 (1.30)	3.85 (มาก)	2
พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	57 (14.81)	148 (38.44)	149 (38.70)	28 (7.27)	3 (0.78)	3.59 (มาก)	5
การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น	35 (9.09)	100 (25.97)	191 (49.61)	46 (11.95)	13 (3.38)	3.25 (ปานกลาง)	7
การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ	31 (8.05)	101 (26.23)	194 (50.39)	49 (12.73)	10 (2.60)	3.24 (ปานกลาง)	8
มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน	36 (9.35)	127 (32.99)	166 (43.12)	45 (11.69)	11 (2.86)	3.34 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.58 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 3.85 พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้มอ่อนน้อม ค่าเฉลี่ย 3.81 พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.75 และ พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง คือ มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.34 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.25 และการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผล ของความพึงพอใจในภาพรวมของส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ส่วนประสมการตลาด	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**	**ลำดับ**
ด้านผลิตภัณฑ์	3.65 (พึงพอใจในระดับมาก)	3
ด้านราคา	3.68 (พึงพอใจในระดับมาก)	2
ด้านการจัดจำหน่าย	3.71 (พึงพอใจในระดับมาก)	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58 (พึงพอใจในระดับมาก)	4
รวม	**3.66** (พึงพอใจในระดับมาก)	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในภาพรวมของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.68 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

4.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่างๆในการใช้บริการที่ร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

1. ควรจะมีของสมนาคุณลูกค้า (2 ราย)
2. ควรเพิ่มโฆษณา (2 ราย)
3. ควรมีการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจกถามบ้าง (11 ราย)
4. ราคาสินค้าแพง (2 ราย)
5. ควรทำความสะอาดสินค้าบ้างไม่ให้ฝุ่นเกาะ (1 ราย)
6. พนักงานไม่ยิ้ม คิดเงินช้า (1 ราย)
7. ควรใส่ใจบริการมากกว่านี้ (1 ราย)
8. พูดเพราะแต่ไม่ตั้งใจตอบ (1 ราย)
9. สินค้ารก จัดสินค้าไม่เป็นระเบียบ ร้านแคบ (3 ราย)
10. พนักงานชอบตะโกนใส่กัน เสียงดัง (1 ราย)
11. อยากให้มีบริการส่ง ในกรณีสั่งซื้อมากๆ (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามตามเกลุ่มลูกค้า

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่เลือกซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม	63	43.75	133	55.19
สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล	93	64.58	119	49.38
ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ	113	78.47	109	45.23
เครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบ หมุด	2	1.39	87	36.10
กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษ	26	18.06	99	41.08
เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทปติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม	38	26.39	122	50.62
กระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์	83	57.64	165	68.46
เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์	20	13.89	47	19.50

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

All rights reserved

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้อดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ คิดเป็นร้อยละ 78.47 รองลงมาคือ สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล คิดเป็นร้อยละ 64.58 กระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ คิดเป็นร้อยละ 57.64 แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม คิดเป็นร้อยละ 43.75 เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทป

ติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม คิดเป็นร้อยละ 26.39 กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษคิดเป็นร้อยละ 18.06 เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 13.89 และเครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบหมุด คิดเป็นร้อยละ 1.39 และ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ คิดเป็นร้อยละ 68.46 รองลงมาคือ แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม คิดเป็นร้อยละ 55.19 เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทปติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม คิดเป็นร้อยละ 50.62 สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล คิดเป็นร้อยละ 49.38 ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ คิดเป็นร้อยละ 45.23 กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษคิดเป็นร้อยละ 41.08 เครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบ หมุด คิดเป็นร้อยละ 36.10 และ เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์ คิดเป็นร้อยละ19.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้ง	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	18	12.50	18	7.47
100-300 บาท	72	50.00	50	20.75
301-500 บาท	38	26.39	61	25.31
501-700 บาท	4	2.78	45	18.67
701-1,000 บาท	1	0.69	14	5.81
มากกว่า 1,000 บาท	11	7.64	53	21.99
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 100-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ

301-500 บาทคิดเป็นร้อยละ 26.39 ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 มากกว่า 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 7.64 501-700 บาท คิดเป็น ร้อยละ 2.78 และ701-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ0.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.31 รองลงมาคือ มากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.99 100-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.75 501-700 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.67 ต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.47 และ701-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ความถี่ในการซื้อเครื่องเขียน	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	37	25.69	48	19.92
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	21	14.58	14	5.81
สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	12	8.33	12	4.98
เดือนละ 1 ครั้ง	27	18.75	55	22.82
เดือนละ 2 ครั้ง	9	6.25	34	14.11
นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)	38	26.39	78	32.37
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษามาใช้บริการนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) คิดเป็นร้อยละ 26.39 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.69 เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.58 สัปดาห์ละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.33 และเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปมาใช้บริการนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) คิดเป็นร้อยละ 32.37 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.82 สัปดาห์ละ1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.92 เดือนละ 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 14.11 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.81 และสัปดาห์ละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงวันที่มาใช้บริการในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ช่วงวันที่มาใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	2	1.39	24	9.96
อังคาร	0	0.00	2	0.83
พุธ	6	4.17	11	4.56
พฤหัส	1	0.69	5	2.07
ศุกร์	9	6.25	7	2.90
เสาร์	23	15.97	17	7.05
อาทิตย์	13	9.03	7	2.90
กำหนดแน่นอนไม่ได้	90	62.50	168	69.71
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 15.97 วันอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 9.03 วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 6.25 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 4.17 วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ1.39 และวันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 0.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 69.71 รองลงมาคือ วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 9.96 วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 7.05 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 4.56 วันศุกร์ และวันอาทิตย์ มีค่าเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.90 วันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ2.07 และวันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 0.83 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่มาใช้บริการในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7.00-9.00 น.	5	3.47	20	8.30
9.01-11.00 น.	38	26.39	60	24.90
11.01-13.00 น.	13	9.03	29	12.03
13.01-15.00 น.	19	13.19	38	15.77
15.01-17.00 น.	35	24.31	36	14.94
17.01-19.00 น.	34	23.61	58	24.07
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.39 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.31 17.01 – 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.61 ช่วงเวลา 13.01–15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 13.19 ช่วงเวลา 11.01 – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.03 และ ช่วงเวลา 7.00 – 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 17.01 – 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.07 ช่วงเวลา 13.01–15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.77 ช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.94 ช่วงเวลา 11.01 – 13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.03 และช่วงเวลา 7.00 – 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของการรู้จักร้านจากแหล่งใดในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รู้จักร้านจากแหล่งใด	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	15	10.42	48	19.92
ป้ายโฆษณา	11	7.64	39	16.18
การตกแต่งหน้าร้าน	18	12.50	51	21.16
เพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก	100	69.44	103	42.74
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 69.44 รองลงมาคือ การตกแต่งหน้าร้าน 21.43 วิทยุ 12.50 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.42 และป้ายโฆษณา 7.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 42.74 รองลงมาคือ การตกแต่งหน้าร้าน 21.16 วิทยุ 19.92 และป้ายโฆษณา 16.18 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	112	77.78	218	90.46
เพื่อน	15	10.42	12	4.98
คนในครอบครัว	15	10.42	10	4.15
อื่น ๆ	2	1.39	1	0.41
รวม	**144**	**100.00**	**241**	**100.00**

หมายเหตุ แฟน 3 ราย

จากตารางที่ 4.25 พบว่าบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่ คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาคือ เพื่อนและคนในครอบครัว มีค่าเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 10.42 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนของผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่ คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 90.46 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.98คน ในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4.15 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.41 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อในร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

เหตุผลที่ซื้อ	กลุ่มลูกค้า			
	ชาย n=144		หญิง n=241	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	120	83.33	196	81.33
ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	53	36.81	110	45.64
สินค้าราคาถูก	38	26.39	84	34.85
ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	73	50.69	165	68.46
สินค้าคุณภาพดี	73	50.69	116	48.13
มีที่จอดรถสะดวก	27	18.75	55	22.82
มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน	48	33.33	101	41.91
มีส่วนลด แลก แจกแถม	13	9.03	32	13.28
อื่นๆ	2	1.39	1	0.41

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษามีเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงานและสินค้าคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยคิดเป็นร้อยละ 50.69 ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 36.81 มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.33 สินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 26.39 มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีส่วนลด แลก แจกแถม คิดเป็นร้อยละ 9.03 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปมีเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 81.33 รองลงมาคือ ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 68.46 สินค้าคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 48.13 ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 45.64 มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.91 มีสินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 34.85 มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 22.82 ส่วนลด แลก แจกแถม คิดเป็นร้อยละ 13.28 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.41 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.6 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามตามกลุ่มลูกค้า

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	3.58	มาก	3.85	มาก
สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ	3.69	มาก	3.92	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.53	มาก	3.66	มาก
ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์	3.47	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้น	3.71	มาก	3.71	มาก
ความเพียงพอของสินค้า	3.80	มาก	3.83	มาก
ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี,ขนาด,ลวดลาย)	3.63	มาก	3.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.63**	มาก	**3.72**	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความเพียงพอของสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.71 สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.69 ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี,ขนาด,ลวดลาย) ค่าเฉลี่ย 3.63 สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ค่าเฉลี่ย 3.58 และความทันสมัยของสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.47

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ค่าเฉลี่ย 3.85 ความเพียงพอของสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.83 สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้นและความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี,ขนาด, ลวดลาย) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 และความทันสมัยของสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.39

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ด้านราคา	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว	3.58	มาก	3.62	มาก
การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว	3.60	มาก	3.56	มาก
บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน	3.44	ปานกลาง	3.54	มาก
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.63	มาก	3.87	มาก
การติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน	3.55	มาก	3.77	มาก
สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคาปานกลาง ราคาต่ำ	3.68	มาก	3.87	มาก
การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก	3.40	ปานกลาง	3.52	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.55**	มาก	**3.68**	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ ค่าเฉลี่ย 3.68

รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 3.63 การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.60 การคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.58 และการติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.44 และการต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก ค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และสินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ มีค่าเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ การติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.77 การคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.62 และการออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็วค่าเฉลี่ย 3.56 บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 3.54 และการต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ด้านการจัดจำหน่าย	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย	3.82	มาก	4.15	มาก
พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง	3.76	มาก	3.95	มาก
ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	3.44	ปานกลาง	3.57	มาก
การจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่สะดวกในการเลือกซื้อ	3.65	มาก	3.68	มาก
การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก	3.45	ปานกลาง	3.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.62**	มาก	**3.77**	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ พื้นที่ภายในร้านกว้างขวางค่าเฉลี่ย 3.76 และการจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่สะดวกในการเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.45 และที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัยค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือ พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง ค่าเฉลี่ย 3.95 การจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.68 ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.57 และการติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวกค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับของความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	กลุ่มลูกค้า			
	นักเรียน-นักศึกษา n=144		ลูกค้าทั่วไป n=241	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้	3.81	มาก	3.91	มาก
พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.56	มาก	3.82	มาก
พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม	3.67	มาก	3.90	มาก
พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร	3.79	มาก	3.88	มาก
พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	3.58	มาก	3.60	มาก
การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น	3.19	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ	3.25	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง
มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน	3.26	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.51**	มาก	**3.63**	มาก

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 3.79 พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม ค่าเฉลี่ย 3.67 พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.58 และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.25 และการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น 3.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมาคือ พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อมค่าเฉลี่ย 3.90 พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร ค่าเฉลี่ย 3.88 พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.29 และการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 15-18 ปี รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 100-300 บาท รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก มาใช้บริการนานๆ ครั้ง ในช่วงวันที่ไม่แน่นอน โดยมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนส่วนใหญ่คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง เหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ รองลงมาคือ ความเพียงพอของสินค้า และสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ รองลงมาคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และการติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย รองลงมาคือ พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง และการจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ รองลงมาคือ พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปผลปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก

ตารางที่ 5.1 สรุปผลปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุด 10 ลำดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย	การจัดจำหน่าย	4.03 (มาก)	1
พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง	การจัดจำหน่าย	3.88 (มาก)	2
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้	การส่งเสริมการตลาด	3.87 (มาก)	3
พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร	การส่งเสริมการตลาด	3.85 (มาก)	4
สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ	ผลิตภัณฑ์	3.83 (มาก)	5
ความเพียงพอของสินค้า	ผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	6
พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม	การส่งเสริมการตลาด	3.81 (มาก)	7
สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ	ผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	8
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	3.78 (มาก)	9
สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	ผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)	10

จากตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย รองลงมาคือ พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปผลปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ 10 ลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 5.2 สรุปผลปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ 10 ลำดับสุดท้าย

ปัจจัยย่อย	ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ	การส่งเสริมการตลาด	3.24 (มาก)	1
การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น	การส่งเสริมการตลาด	3.25 (มาก)	2
มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน	การส่งเสริมการตลาด	3.34 (มาก)	3
ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	3.42 (มาก)	4
การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก	การจัดจำหน่าย	3.48 (มาก)	5
การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก	ราคา	3.48 (มาก)	6
บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน	ผลิตภัณฑ์	3.51 (มาก)	7
ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	การจัดจำหน่าย	3.52 (มาก)	8
การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว	ราคา	3.58 (มาก)	9
พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	การส่งเสริมการตลาด	3.59 (มาก)	10

จากตารางที่ 5.2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น และ มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จำแนกตามตามกลุ่มลูกค้า

ตารางที่ 5.3 สรุปพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ประเด็นด้านพฤติกรรม	กลุ่มลูกค้า	
	นักเรียน-นักศึกษา	ลูกค้าทั่วไป
ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ	ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ	กระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์
ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้ง	100-300 บาท	301-500 บาท
ความถี่ในการซื้อเครื่องเขียน	นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)	นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)
ช่วงวันที่มาใช้บริการ	กำหนดแน่นอนไม่ได้	กำหนดแน่นอนไม่ได้
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	9.01 – 11.00 น.	9.01 – 11.00 น.
รู้จักร้านจากแหล่งใด	เพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก	เพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก
ผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ	ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง	ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง
เหตุผลที่ซื้อ	มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
All rights reserved

จากตารางที่ 5.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่ ซื้อดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความโดยมีค่าใช้จ่าย 100-300 บาทไปใช้บริการนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) ในช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. โดยรู้จักร้านจากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก ซึ่งตัวผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีสำคัญในการตัดสินใจสูงสุด และเหตุผลที่ซื้อเพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่ซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ โดยมีค่าใช้จ่าย 301-500 บาท ไปใช้บริการนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) ในช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น.โดยรู้จักร้านจากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก ซึ่งตัวผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีสำคัญในการตัดสินใจสูงสุด และเหตุผลที่ซื้อเพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

ตารางที่ 5.4 สรุปปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในลำดับสูงสุดจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	**กลุ่มลูกค้า**	
	นักเรียน-นักศึกษา	**ลูกค้าทั่วไป**
ด้านผลิตภัณฑ์	ความเพียงพอของสินค้า (มาก)	สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ (มาก)
ด้านราคา	สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ (มาก)	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และสินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย (มาก)	ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้(มาก)	พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่เป็นนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านลำดับแรกดังต่อไปนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ด้านความเพียงพอของสินค้า (พึงพอใจในระดับมาก) ด้านราคาได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ (พึงพอใจในระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่ายได้แก่ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย (พึงพอใจในระดับมาก) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้(พึงพอใจในระดับมาก)

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านลำดับแรกดังต่อไปนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามความ

ต้องการ (พึงพอใจในระดับมาก) ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและสินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคา ปานกลาง ราคาต่ำ (พึงพอใจในระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่ายได้แก่ ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย (พึงพอใจในระดับมาก) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้ (พึงพอใจในระดับมาก)

ตารางที่ 5.5 สรุปปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในลำดับสุดท้ายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	**กลุ่มลูกค้า**	
	นักเรียน-นักศึกษา	**ลูกค้าทั่วไป**
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ปานกลาง)	ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ปานกลาง)
ด้านราคา	การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก (ปานกลาง)	การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย (ปานกลาง)	การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น (ปานกลาง)	การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ (ปานกลาง)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดในลำดับสุดท้ายในแต่ละด้านดังต่อไปนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (พึงพอใจในระดับปานกลาง) ด้านราคาได้แก่ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก (พึงพอใจในระดับปานกลาง) ด้านการจัดจำหน่ายได้แก่ ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย(พึงพอใจในระดับปานกลาง) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น (พึงพอใจในระดับปานกลาง)

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทั่วไปพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านลำดับสุดท้ายดังต่อไปนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (พึงพอใจในระดับปานกลาง) ด้านราคา ได้แก่ การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่ (พึงพอใจในระดับปานกลาง) ด้านการจัดจำหน่ายได้แก่ การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก (พึงพอใจในระดับมาก) และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ (พึงพอใจในระดับปานกลาง)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-18 ปี รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 100-300 บาท เหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 15-20 ปี รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท การศึกษาปริญญาตรี มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ต่อครั้ง 100-200 บาท เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องเขียน เช่น ปากกา ดินสอ ยางลบ เป็นต้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องเขียนประกอบการเรียนครั้งละ 100-300 บาท เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 18-20 ปี รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 3,000 บาท ระดับการศึกษาระดับ ปวส. และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18-22 ปี รายได้ 5,000-8,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียนในด้านส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของอรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียนโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดต่อการซื้อเครื่องเขียนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งสามารถจำแนกตามส่วนประสมการตลาดได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) และอรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นถึงส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) และอรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านราคาในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นถึงส่วนประสมการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) และ อรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นถึงส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมิสธุมวดี แก้วกันยา (2555) และ อรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์ (2556) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์ (2554) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นถึงส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1.ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงอายุ 15-18 ปี รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทส่วนใหญ่เป็นนักเรียน

2.ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในภาพรวมของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมากและพึงพอใจต่อทุกๆ ปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

3.ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจ 6 ลำดับสุดท้ายได้แก่ 5.1) การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) รองลงมาคือ 5.2) การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น (ด้านการส่งเสริมการตลาด) 5.3) มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน (ด้านการส่งเสริมการตลาด) 5.4) ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ด้านผลิตภัณฑ์) 4.5) การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่ายสะดวก(ด้านการจัดจำหน่าย) และ5.6) การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก (ด้านราคา)

4.ลูกค้ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้อ ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด และปากกาเน้นข้อความ เลือกซื้อรองลงมาคือ สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาลโดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 100-300 บาท บาท รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก นิยมมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. และ 17.01 – 19.00 น. มีความถี่ในการมาซื้อเครื่องเขียนนานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้) และรองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง มาใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน รองลงมาคือ วันเสาร์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วันอาทิตย์ และเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

5.ลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ เลือกซื้อรองลงมาคือ แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ 301-500 บาท รู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากเพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก นิยมมาใช้บริการช่วงเวลา 9.01 – 11.00 น. และ 17.01 – 19.00 น. มีความถี่ในการมาซื้อเครื่องเขียนนานๆ ครั้ง(กำหนดแน่นอนไม่ได้) และรองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง มาใช้บริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน รองลงมาคือ วันจันทร์ วันเสาร์ และเหตุผลที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ส่วนใหญ่คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

6.ลูกค้ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา พึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น อยู่ในลำดับสุดท้าย ในขณะที่กลุ่มลูกค้าทั่วไป นั้นพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ อยู่ในลำดับสุดท้าย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์มีข้อเสนอแนะผู้ประกอบการร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดยตรงเพื่อปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ดีขึ้นเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ารู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ จากเพื่อน ญาติพี่น้อง และคนรู้จัก แสดงว่าการบอกต่อช่วยทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก ดังนั้นทางผู้ประกอบการอาจจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำเพื่อนมากขึ้น โดยอาจใช้สื่อออนไลน์เข้ามาช่วย เช่น การเช็คอิน เพื่อแนะนำเพื่อนให้มาใช้บริการ จะได้รับส่วนลดพิเศษทันที 3%

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ลูกค้ามาซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ดังนั้นทางร้านควรทำป้ายหน้าร้าน ป้ายไวนิล ป้ายผ้าใบบังแดด สติ๊กเกอร์สินค้า ที่ได้รับจากผู้แทนจำหน่าย จัดติดกระจกตกแต่งหน้าร้าน เพื่อประกาศให้ลูกค้ารับรู้ถึงความหลากหลายของสินค้า เสมือนเป็นการสร้างการรับรู้ในตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ในเรื่องของร้านค้ามีสินค้าหลากหลาย เป็นต้น รวมถึงการแสดงตัวสินค้าที่มีหลากหลายหมวด ให้ลูกค้าได้รับรู้ รวมถึงการหาสินค้าใหม่ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่องเพื่อแสดงถึงความหลากหลายของกลุ่มสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และพิจารณาเพิ่มหมวดสินค้าที่ขายดีและยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (ปานกลาง) อยู่ในลำดับสุดท้ายลำดับที่ 4 ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกสินค้าที่เข้ามาจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม หรือ ทำการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ (Product line) ใหม่ที่มุ่งเน้นในด้านความสวยงามของตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อทำให้ร้านมีสีสันเพิ่มมากขึ้น

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มากในระดับสุดท้าย (ปานกลาง) อยู่ในลำดับสุดท้ายลำดับที่ 6 ดังนั้นผู้ประกอบอาจทำการลดราคาให้ลูกค้าทันที เมื่อลูกค้าซื้อในปริมาณมาก หรืออาจจัดโปรโมชั่นซื้อครบรับเลย เพื่อหลีกเลี่ยงการลดราคาสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่าย สะดวก ในระดับสุดท้าย (ปานกลาง) อยู่ในลำดับสุดท้ายลำดับที่ 5 ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ โดยมอบหมายหน้าที่ให้พนักงาน เป็นผู้รับโทรศัพท์อย่างรวดเร็ว รวมถึงการจัดสรรดูแลที่จอดรถให้เพียงพอต่อการให้บริการ โดยการเว้นพื้นที่ว่างบริเวณหน้าร้านไว้สำหรับลูกค้าเท่านั้น หรือ มีการเช่าพื้นที่สำหรับในบริเวณใกล้เคียงไว้สำหรับให้ลูกค้าจอด โดยสถานที่ดังกล่าวควรที่จะกว้างขวาง และปลอดภัย ซึ่งอาจจะมีวงจรปิดเพื่อบันทึกการจอดรถอยู่ตลอดเวลา

กลยุทธ์การตลาดสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มมีดังต่อไปนี้

กลุ่มนักเรียนนักศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษา พึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น อยู่ในลำดับสุดท้าย (ปานกลาง) ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดรายการส่งเสริมการขาย ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยความน่าสนใจนี้ อาจมาจากเงื่อนไขหรือผลตอบแทนที่ดึงดูด อาทิเช่น ซื้อครบ 300 บาท รับของแถมฟรี เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งสำหรับกลุ่มนักเรียน-นักศึกษาจะอยู่ที่ 100-300 บาท หรือซื้อครบ 500 รับส่วนลด 10 % เพื่อเป็นการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กระตุ้นให้เกิดการซื้อในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งนี้ ในเรื่องของแจกและแถมนั้น ควรเป็นสินค้าที่มีคุณค่า(Value)ในสายตาของลูกค้า เป็นสินค้าที่ลูกค้าต้องการหรืออยากได้

สำหรับกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กิจการอาจทำการสร้าง Line Group โดยให้นักเรียน-นักศึกษาเข้าร่วมกลุ่มโดยการ Scan QR Code โดยกิจการจะใช้ประโยชน์เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสาร รายการส่งเสริมการขายต่างๆ สินค้าโปรโมชั่น รวมถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งนี้ ผู้เข้าร่วม Line Group จะได้รับส่วนลดพิเศษเพิ่มเติมทันที 3% หรือได้รับของที่ระลึกจากกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มนักเรียน-นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้อ ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด และปากกาเน้นข้อความ นั้นสำหรับในช่วงเปิดเทอม สินค้าดังกล่าวควรที่มีให้เลือกหลากหลาย เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

กลุ่มลูกค้าทั่วไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าทั่วไปพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ อยู่ในลำดับสุดท้าย (ปานกลาง) ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยการสำรวจความต้องการของกลุ่มคนวัยทำงานว่ามีความชอบหรือสนใจในกิจกรรมประเภทใด รวมถึงมีการวางแผนการจัดกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ ให้เพิ่มขึ้น และนำสินค้าที่ขายดีสำหรับกลุ่มดังกล่าวเข้ามา กระตุ้น หรือจูงใจให้เกิดความต้องการมากขึ้น อาทิเช่น สินค้าในกลุ่มกระดาษต่างๆ เป็นต้นหรือในช่วงเทศกาล เมื่อซื้อครบ 500 บาทรับกระดาษ A4 ฟรี 1 รีม เป็นต้น

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าทั่วไปส่วนใหญ่เลือกซื้อกระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการวิเคราะห์ว่าสินค้าในกลุ่มดังกล่าว มีสินค้าตัวใดบ้างที่ขายดีและหมุนเวียนเร็ว ควรวางแผนการสั่งซื้อหรือสต๊อกสินค้าไว้ให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บรรณานุกรม

กุณฑลี รื่นรมย์. 2551. **การวิจัยการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวัญดาว ธรรมสอน. 2556. ผู้จัดการฝ่ายขายร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์. สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2558.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2551. **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ฉัตยาพร เสมอใจ. 2549. **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดอูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

มิสธุมวดี แก้วกันยา .2555. **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มี ต่อการให้บริการของร้านขายเครื่องเขียน.** งานพัสดุและทรัพย์สิน. โรงเรียนอัสสัมชัญ (ศรีราชา).

ระบบข้อมูลลูกค้า. 2556. **บัญชีรายชื่อลูกค้าร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์** (แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2556. **กสิกรไทย คาดตลาดอุปกรณ์เครื่องเขียนปี 54 มูลค่า 3.3 หมื่นล้านบ. เติบโต 10-12%.** [ออนไลน์]
แหล่งที่มา . http://business.vayoclub.com/index.php?topic=5393.0 (1 กันยายน 2557)

อรพินท์ ภัทรวิศิษฎ์สัณธ์. 2556. **พฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** ค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาเชียงใหม่

อิสรายุทธ ยุทธเกษมสันต์. 2554. **ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย.** ค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาราชภัฏมหาสารคราม.

อุทัยพรรณ สุดใจ. 2545. **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler , Philip. 2006. **Marketing Management.** 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Ken Black. **Business Statistics for Contemporary Decision Making**. 5th edition. 2007

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์โดย ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และโอกาสนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในการให้ความร่วมมือกรอกแบบสอบถามฉบับนี้

นางเสาวนีย์ วงษา

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. 15-18 ปี ( ) 2. 19-22 ปี ( ) 3. 23-26 ปี

( ) 4. 27-30 ปี ( ) 5. 31-34 ปี ( ) 6. 35-38 ปี

( ) 7. 39-42 ปี ( ) 8. 43-46 ปี ( ) 9. 47-50 ปี

( ) 10. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,001-10,000 บาท ( ) 3. 10,001-15,000 บาท

( ) 4. 15,001-20,000 บาท ( ) 5. 20,001-25,000 บาท ( ) 6. 25,001-30,000 บาท

( ) 7. 30,001-35,000 บาท ( ) 8. 35,001-40,000 บาท

( ) 9. มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

( ) 1. มัธยมศึกษาตอนต้น

( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

( ) 3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

( ) 4. ปริญญาตรี

( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. อาชีพของท่าน

( ) 1. นักเรียน ( ) 2. นักศึกษา ( ) 3. พนักงานเอกชน

( ) 4. ข้าราชการ ( ) 5. อาชีพอื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

6. ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. แฟ้มประเภทต่าง ๆ แฟ้มห่วง แฟ้มหนีบ แฟ้มซอง แฟ้มกระเป๋า ไส้แฟ้ม

( ) 2. สมุดเขียน สมุดพก สมุดบันทึก สมุดวาด สมุดริมลวด ซองขาว ซองน้ำตาล

( ) 3. ดินสอ สีไม้ สีน้ำ พู่กัน ปากกา น้ำยาลบคำผิด ปากกาเน้นข้อความ

( ) 4. เครื่องยิง เครื่องเย็บ เครื่องเจาะกระดาษ เครื่องเหลาดินสอ ลวดเย็บ ลวดเสียบ หมุด

( ) 5. กรรไกร คัตเตอร์ แผ่นรองตัด ใบมีดคัตเตอร์ แท่นตัดกระดาษ

( ) 6. เทปผ้ากาว กาวย่น เทปใส เทปติดกล่อง ฟิวเจอร์บร์อด โฟม

( ) 7. กระดาษเอสี่ กระดาษทำปก กระดาษรายงาน กระดาษปอนด์

( ) 8. เม้าส์ คีย์บอร์ด หูฟัง ไมค์ แผ่นซีดี กระเป๋าซีดี หมึกปริ้นเตอร์

7. ค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเฉลี่ยต่อครั้งโดยประมาณ

( ) 1. ต่ำกว่า 100 บาท ( ) 2. 100-300 บาท

( ) 3. 301-500 บาท ( ) 4. 501-700 บาท

( ) 5. 701-1,000 บาท ( ) 6. มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป

8. ท่านรู้จักร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์จากแหล่งใด

( ) 1. วิทยุ ( ) 2. ป้ายโฆษณา

( ) 3. การตกแต่งหน้าร้าน ( ) 4. เพื่อน ญาติพี่น้อง คนรู้จัก

9. ความถี่ในการซื้อเครื่องเขียนของท่านโดยเฉลี่ยคือ

( ) 1. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า ( ) 2. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

( ) 3. สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ( ) 4. เดือนละ 1 ครั้ง

( ) 5. เดือนละ 2 ครั้ง

( ) 6. นานๆ ครั้ง (กำหนดแน่นอนไม่ได้)

10. ช่วงวันที่ท่านนิยมมาใช้บริการ

( ) 1. จันทร์ ( ) 2. อังคาร

( ) 3. พุธ ( ) 4. พฤหัส

( ) 5. ศุกร์ ( ) 6. เสาร์

( ) 7. อาทิตย์ ( ) 8. กำหนดแน่นอนไม่ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

11. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมมาใช้บริการ

( ) 1. 7.00 – 9.00 น. ( ) 2. 9.01 – 11.00 น.

( ) 3. 11.01 – 13.00 น. ( ) 4. 13.01 – 15.00 น.

( ) 5. 15.01 – 17.00 น. ( ) 6. 17.01 – 19.00 น.

12. ใครมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องเขียนของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ตัวท่านเอง ( ) 2. เพื่อน

( ) 3. คนในครอบครัว

( ) 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

13. เหตุผลที่ท่านซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ( ) 2. ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

( ) 3. สินค้าราคาถูก ( ) 4. ความสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

( ) 5. สินค้าคุณภาพดี ( ) 6. มีที่จอดรถสะดวก

( ) 7. มีบริการของพนักงาน/เจ้าของร้าน ( ) 8. มีส่วนลด แลก แจกแถม

( ) 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u> (Product)					
-สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา					
-สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ					
-ความทันสมัยของสินค้า					
-ความสวยงามของสินค้าและบรรจุภัณฑ์					
-สินค้าบางประเภทมีให้ทดสอบก่อนซื้อ เช่น ปากกา ปากกาลบคำผิด เป็นต้น					
-ความเพียงพอของสินค้า					
-ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ (สี,ขนาด,ลวดลาย)					
-การคิดเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว					
-การออกใบเสร็จรับเงินและใบกำกับภาษีมีความถูกต้องรวดเร็ว					
-บริการรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหาก่อนการใช้งาน					
<u>ด้านราคา</u> (Price)					
-ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ					
-การติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน					
-สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคาปานกลาง ราคาต่ำ					
-การต่อรองราคาเมื่อซื้อในจำนวนที่มาก					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมทางกาตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย</u> (Place)					
- พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง					
-ที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย					
-การจัดสินค้าในร้านแบ่งเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการเลือกซื้อ					
- การติดต่อสอบถามทางโทรศัพท์ง่าย สะดวก					
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u> (Promotion)					
-พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถแนะนำตัวสินค้าได้					
-พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ					
-พนักงานมีมารยาทดี ยิ้มแย้ม อ่อนน้อม					
-พนักงานในร้านมีความเป็นมิตร					
-พนักงานขายสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
-การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาสินค้า ของแจก ของแถม เป็นต้น					
-การจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เปิดเทอม ดึงดูดน่าสนใจ					
-มีการโฆษณาร้านให้เป็นที่รู้จักในแหล่งชุมชน					
-ร้านค้าตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถมองเห็นได้ง่าย					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน อัครภัณฑ์พาณิชย์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-นามสกุล นาง เสาวนีย์ วงษา

วันเดือนปีเกิด 21 ตุลาคม 2510

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร เศษรฐศาสตร์สหกรณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบัน
เจ้าของธุรกิจร้านอัครภัณฑ์พาณิชย์

อดีต
พนักงานธนาคาร กรุงเทพฯ พาณิชยการ
สาขาแม่ขะจาน 3 ปี
เจ้าหน้าที่สหกรณ์การเกษตร 7 ปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved