

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วน จำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วน จำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 278 ราย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร จำนวน 70 ราย และกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 208 ราย สามารถสรุปได้ดังนี้

#### ความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นองค์กร

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 70 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.6 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 11.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 25.7 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตำแหน่งในองค์กรส่วนใหญ่เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะขององค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ เจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.6 และบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 27.1 ประเภทของกิจการเป็นรับเหมาก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ หน่วยราชการ คิดเป็นร้อยละ 11.4 และโครงการบ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนใหญ่อยู่ในองค์กรที่มีระยะเวลาก่อตั้ง มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กร มากกว่า 600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.9

รองลงมาคือ 200,001 – 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ น้อยกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง ด้วยการรู้จักเอง ขับรถผ่านร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ ทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ ทราบจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้างน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 มุลเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้างเพราะมีสินค้าหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ มีสินค้าครบตามต้องการ คิดเป็นร้อยละ 37.1 และสิ่งซื้อสะดวก ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 35.7 และส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภท ปูนซีเมนต์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ หิน ทราช ดิน ลูกกรัง คิดเป็นร้อยละ 77.1 และเหล็กเส้น เหล็กรูป คิดเป็นร้อยละ 74.3 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า และการมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก ตามลำดับ

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้สินเชื่อ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก และราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้าน จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง ตามลำดับ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม พนักงานมีความสุขและมีมนุษยสัมพันธ์ดี และการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กรต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหามากที่สุดต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยคือ การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ (ร้อยละ 69.2) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยคือ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (ร้อยละ 50.0) ปัญหาในด้านราคา ปัจจัยย่อยคือ ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น (ร้อยละ 43.3) และปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยคือ การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนด (ร้อยละ 25.0)

### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่เป็นองค์กร

#### จำแนกตาม ลักษณะองค์กร ประเภทกิจการ และตำแหน่ง

#### จำแนกตามลักษณะองค์กร

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามลักษณะขององค์กร ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกลักษณะองค์กร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทั้งหมด เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรที่เป็นเจ้าของคนเดียวและหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจด้านความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัดมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น เจ้าของคนเดียว และบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น เจ้าของคนเดียว และหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น บริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น เจ้าของคนเดียวและหน่วยงานราชการ มีความ พึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น บริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

### จำแนกตามประเภทกิจการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตาม ประเภทกิจการดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของกิจการเป็น รับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็นโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ร้านรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทกิจการเป็น รับเหมาก่อสร้าง หน่วยงานราชการ และหน่วยงานอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทกิจการเป็น โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

#### **ด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็นรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็น โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็น หน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็นแบบอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการ ผู้รับเหมาก่อสร้าง และหน่วยงานอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการเป็น โครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น เจ้าของคนเดียว และหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็น บริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก

### จำแนกตามตำแหน่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามตำแหน่งดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพรแมน และหัวหน้างาน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่ง ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การให้สินเชื่ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก



### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของหรือผู้ประกอบการ ฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่ง ผู้จัดการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่ง เจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่ง ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเจ้าของหรือผู้ประกอบการ และผู้จัดการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี

จากผลการศึกษา สามารถสรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นองค์กร ต่อส่วนประสมทางการตลาดเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 86 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วน  
ประสมทางการตลาด จำแนกตาม ลักษณะองค์กร ประเภทกิจการ และตำแหน่ง

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	ส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัด จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
องค์กร เจ้าของคนเดียว	ความหลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่อ	ป้ายชื่อร้าน สังเกตได้ง่าย	การประชาสัมพันธ์ และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
องค์กร ห้างหุ้นส่วน จำกัด	คุณภาพของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	จัดส่งสินค้าได้ ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
องค์กร บริษัทจำกัด	คุณภาพของสินค้า	การให้สินเชื่อ	จัดส่งสินค้าได้ ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
องค์กร หน่วยงาน ราชการ	ความหลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่อ	สภาพความ สมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
กิจการ รับเหมา ก่อสร้าง	คุณภาพของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	จัดส่งสินค้าได้ ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
กิจการ โครงการ บ้านจัดสรร	คุณภาพของสินค้า	การให้สินเชื่อ	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
หน่วยงาน ราชการ	ความหลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่อ	สภาพความ สมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม

ตารางที่ 86 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วน  
ประสมทางการตลาด จำแนกตาม ลักษณะองค์กร ประเภทกิจการ และตำแหน่ง (ต่อ)

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	ส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริม การตลาด
กิจการอื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิต อิเล็กทรอนิกส์ รับติดตั้งแอร์	คุณภาพของสินค้า	การให้สินเชื่อ	ที่จอดรถ และทำเลที่ตั้ง ของร้าน	การประชาสัมพันธ์และ มีส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
ตำแหน่ง เจ้าของ	ความหลากหลาย ของสินค้า	การให้สินเชื่อ	ป้ายชื่อร้าน สังเกตเห็นได้ง่าย	การประชาสัมพันธ์และ มีส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม
ตำแหน่ง ผู้จัดการ	คุณภาพของสินค้า	การให้สินเชื่อ	สภาพความสมบูรณ์ ของ สินค้าที่จัดส่ง	พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
ตำแหน่ง ฝ่ายจัดซื้อ	คุณภาพของสินค้า	การให้สินเชื่อ	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
ตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุม หัวหน้างาน	คุณภาพของสินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	จัดส่งสินค้าได้ ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

## ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภค

### ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภค

ผลการศึกษาพบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 208 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.4 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.6 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.9 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 8.2 และ สถานภาพหม้าย หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ การศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 21.2 และ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.7 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ พนักงานธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้ของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือมีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 และรายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง ด้วยการรู้จักเอง ขับรถผ่านร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ทราบจากบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.9 และ ทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 และ 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 มุมเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง เพราะมีสินค้าหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ รู้จักกับเจ้าของ / คนในร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.7 และ อยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.2 ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทปูชนียภัณฑ์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ หิน ทราาย ดิน ลูกกรัง คิดเป็นร้อยละ 65.4 และ เหล็กเส้น เหล็กรูป คิดเป็นร้อยละ 55.8 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย ( 3.60 ) ด้านส่งเสริมการตลาด (3.41) และด้านราคา (3.30) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( 3.60 ) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.00) คุณภาพของสินค้า (3.86) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.77) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.68) ความครบถ้วนของสินค้า (3.67) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.44) ความทันสมัยของสินค้า (3.29) และการมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.11) เรียงตามลำดับ

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( 3.30 ) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.48) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และการต่อรองราคาได้ (3.26) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.20) การให้ส่วนลดเงินสด (3.18) และการรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.11) ตามลำดับ

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.31) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.20) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.15) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.87) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.84) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนดเวลา (3.72) พื้นที่ในร้าน (3.61) แสงสว่างในร้าน (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ที่พักรับรองลูกค้า การจัดหน้าร้าน (3.41) การบริการของพนักงานจัดส่ง (3.40) ที่จอดรถ (3.39) บรรยากาศในร้าน (3.38) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.34) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.22) การแต่งกายในร้าน (3.03)

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.90) พนักงานมีความสุขและมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.87) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.79) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.79) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.77) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.67) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.5) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.07) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับชัดเจน เข้าใจง่าย (3.03) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.00) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.78) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.75)

### ส่วนที่ 7 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหามากที่สุดต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ปัจจัยย่อยคือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก (77.9) ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยคือ การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ (ร้อยละ 76.0) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ (ร้อยละ 49.2) และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยคือ สินค้ามีให้เลือกน้อย (ร้อยละ 54.8)

### ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของครอบครัว

#### จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตาม เพศดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี

### จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามอายุ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 30 ปี 30 – 40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และมีการตัดป้ายราคาชัดเจน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การให้สินเชื่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ย



โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้าการให้ส่วนลดเงินสด

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี และ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุ ต่ำกว่า 30 ปี และมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี และการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน ผู้สอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

#### จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนก

ตามระดับการศึกษา ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า

#### ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา / ปวส ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การให้สินเชื่อ

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา / ปวส ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน และป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน

### จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามอาชีพ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกอาชีพ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพรับราชการ พนักงานธุรกิจเอกชน ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้านแม่บ้าน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การให้ส่วนลดเงินสด

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกอาชีพ ยกเว้น พ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพ ข้าราชการ และพ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานธุรกิจเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์

### จำแนกตามรายได้ของครอบครัว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามรายได้ของครอบครัว ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

#### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 และ 20,000 – 30,000 และ 40,001-50,000 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 และ มากกว่า 50,000 ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

#### **ด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับรายได้ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก

#### **ด้านการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 20,000-30,000 40,001-50,000 มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 30,001-40,000 และมากกว่า มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม

อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้าน และ  
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้าน  
การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็น  
อันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม

จากผลการศึกษา สามารถสรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค ต่อส่วนประสม  
ทางการตลาดเป็นตารางได้ดังนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน  
ประสมทางการตลาด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของ  
ครอบครัว

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	ส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
เพศชาย	ควาหลากหลาย ของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้า ของพนักงาน
เพศหญิง	ควาหลากหลาย ของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพและ มีมนุษยสัมพันธ์ดี
อายุ ต่ำกว่า 30 ปี	คุณภาพของ สินค้า	ราคาขาย เหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	ป้ายชื่อร้าน สังเกตเห็นได้ง่าย	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อายุ 30 – 40 ปี	ควาหลากหลาย ของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	การจัดหน้าร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อายุ 41 – 50 ปี	ควาหลากหลาย ของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และ มีมนุษยสัมพันธ์ดี
อายุ มากกว่า 50 ปี	ความหลากหลาย ของ สินค้า	การให้ส่วนลด เงินสด	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
การศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอน ปลาย	ควาหลากหลาย ของสินค้า	สินค้าแต่ละ ชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี

ตารางที่ 87 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวม ที่มีต่อส่วน  
 ประสมทางการตลาด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของ  
 ครอบครัว (ต่อ)

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	ส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
การศึกษา มัธยมศึกษาตอน ปลาย /ปวช.	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
การศึกษา อนุปริญญา/ปวศ.	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
การศึกษา ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
การศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี	คุณภาพของ สินค้า	การให้สินเชื่อ	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อาชีพ ข้าราชการ	ความ หลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่อ	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
อาชีพ พนักงาน ธุรกิจเอกชน	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	จัดส่งสินค้าได้ ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
อาชีพ รับจ้างอิสระ	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	มีจำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการ



ตารางที่ 87 แสดงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน  
 ประสมทางการตลาด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของ  
 ครอบครัว (ต่อ)

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	ส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
พ่อบ้าน แม่บ้าน	ความ หลากหลายของ สินค้า	การให้ส่วนลด เงินสด	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
รายได้ 20,000 ถึง 30,000 บาท	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
รายได้ 30,001 ถึง 40,000 บาท	ความ หลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
รายได้ 40,001 ถึง 50,000 บาท	ความ หลากหลายของ สินค้า	การให้สินเชื่	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การอำนวยความสะดวก ให้กับ ลูกค้าของพนักงาน
รายได้ มากกว่า 50,000 บาท	ความ หลากหลายของ สินค้า	สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	ป้ายชื่อร้าน สังเกตได้ง่าย	การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม

## ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภท ลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งองค์กรและผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีปัจจัยย่อยที่น่าสนใจคือ

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งประเภทองค์กรและผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยองค์กรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และผู้บริโภค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งประเภทองค์กรและผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยองค์กรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การให้สินเชื่อ และผู้บริโภค มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งประเภทองค์กรและผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของร้าน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งประเภทองค์กรและผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยลูกค้าประเภทองค์กรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม และลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน

## อภิปรายผลการศึกษา

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นองค์กรและผู้บริโภค อยู่ในระดับเท่ากันในทุกๆด้านคือ ระดับมากและปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจารุวรรณ เจริญสุข (2544) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ กระจก กระจกใส บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ จำกัด พบว่าผู้ซื้อที่เป็นองค์กรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาของสินค้าเป็นอันดับแรก และผลการศึกษาของชาญชัย ลีวนิชย์ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพ. อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก๊สสุกภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับ ผลการศึกษาของจารุวรรณ เจริญสุข (2544) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ กระจก กระจกใส บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ จำกัด พบว่าผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญชัย ลีวนิชย์ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านราคา

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพ. อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ได้ศึกษา

เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปาง ปาแก๊สสุภภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีปัจจัยย่อย ความหลากหลายของสินค้า เป็นอันดับแรก

#### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจ 2 อันดับแรกคือด้านการให้สินเชื่อ และสินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชาญชัย ลีวนิชย์ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่สำคัญคือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่การต่อรองราคาได้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การติดป้ายราคาชัดเจน

#### ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับแรกเหมือนกันคือทำเลที่ตั้งของร้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางปาแก๊สสุภภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดสถานที่และด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง แสงสว่างในร้าน เป็นอันดับแรก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคมเป็นอันดับแรก และ ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงานเป็นอันดับแรกซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของผลการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางปาแก๊สสุภภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นอันดับแรก

### ข้อค้นพบจากการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีข้อค้นพบจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ลูกค้าที่เป็นองค์กร

ในด้านความพึงพอใจ ลูกค้าที่เป็นองค์กรโดยรวมมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ

เมื่อนำมาจำแนกพบว่า

หน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจอันดับแรกในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

โครงการบ้านจัดสรรมีความพึงพอใจอันดับแรกในด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ในด้านปัญหาของลูกค้าที่เป็นองค์กรต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาในด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

จากผลการศึกษาสามารถสรุปความพึงพอใจและปัญหา ของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 88 แสดงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่เป็นองค์กรต่อส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	พอใจมากที่สุด	พอใจน้อยที่สุด	มีปัญหามากที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้า	การมีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ	การรับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า
ด้านราคา	การให้สินเชื่อ	การรับชำระ โดยบัตรเครดิต	ราคาสินค้า แพงกว่าที่อื่น
ด้านการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การตกแต่งภายในร้าน	การส่งของล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนด
ด้านการส่งเสริม การตลาด	การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วม ส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม	การโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	การส่งเสริมการขาย ด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคร

ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคาตามลำดับ

เมื่อนำมาจำแนกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ปัญหาของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครต่อส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

### ตารางที่ 89 แสดงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครต่อส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	พอใจมากที่สุด	พอใจน้อยที่สุด	มีปัญหามากที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์	ความหลากหลายของสินค้า	การมีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ	สินค้ามีให้เลือกน้อย
ด้านราคา	สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต	ต่อรองราคาราคาสินค้าได้ไม่มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งของร้าน	การตกแต่งภายในร้าน	ที่จอดรถไม่เพียงพอ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน	การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ

เมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน ทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค ผลการเปรียบเทียบเป็นดังนี้

#### **ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผลการศึกษาพบว่าทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเท่ากันคือ ระดับมาก และในปีจ้อย่อยทุกๆด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเท่ากัน

#### **ด้านราคา**

ผลการศึกษาพบว่าทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเท่ากันคือ ระดับปานกลาง ในปีจ้อย่อยส่วนมากมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเท่ากัน ยกเว้น การให้สินเชื่อ ลูกค้าที่เป็นองค์กรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

#### **ด้านการจัดจำหน่าย**

ผลการศึกษาพบว่าทั้งลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับเท่ากันคือ ระดับมาก

ในปีจ้อย่อยทั้งหมด 17 ปีจ้อย่อยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่เท่ากันมีทั้งหมด 10 ปีจ้อย่อย และปีจ้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับต่างกัน 7 ปีจ้อย่อยได้แก่ ที่จอดรถ ที่พักรับรองลูกค้า บรรยากาศในร้าน ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน การจัดหน้าร้าน และการบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า ลูกค้าที่เป็นองค์กรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปีจ้อย่อยด้านทำเลที่ตั้ง ลูกค้าที่เป็นองค์กรมีความพึงพอใจมากที่สุด แต่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมาก



## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสร้างความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากที่สุด ดังต่อไปนี้

## ลูกค้าองค์กร

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่เป็นองค์กรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือคุณภาพของสินค้า ดังนั้นฝ่ายจัดซื้อจึงควรคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพมาไว้จำหน่ายแก่ลูกค้าอยู่เสมอ มีการตรวจสอบและรักษาคุณภาพของสินค้าจนกระทั่งส่งถึงลูกค้า ในกระบวนการจัดส่งก็ต้องมีการควบคุมการจัดส่งไม่ให้สินค้าเสียหาย จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในสภาพสมบูรณ์ สินค้าชนิดใดที่มีอายุการใช้งาน ควรหมั่นตรวจสอบ เมื่อใกล้วันหมดอายุ สินค้าที่ล้าสมัยอยู่มานาน ควรนำมาจำหน่ายลดราคาเพื่อระบายสินค้าออกไป

มีการติดตามข่าวสาร นวัตกรรมใหม่ๆของสินค้าแต่ละชนิด และจัดซื้อเข้ามาเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพราะยุคนี้เป็นยุคแห่งข่าวสารและเทคโนโลยี มีการโฆษณาสินค้าแข่งขันกันเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด จึงทำให้ลูกค้ารับรู้สินค้าใหม่ๆได้เร็ว จัดพนักงานดูแลรับผิดชอบสินค้าแต่ละชนิดศึกษารายละเอียดสินค้าเพื่อสามารถตอบคำถามแก่ลูกค้าได้ มีการจัดระบบคลังสินค้าที่ดี เพื่อจะได้ไม่ต้องมีสินค้าคงคลังมากเกินไป หรือ สินค้าขาด ทำให้เสียโอกาสในการขาย

ในการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้านั้นควรให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โดยการให้เปลี่ยนสินค้าในราคาที่ทำกันโดยสภาพของสินค้านั้นต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ครบถ้วน สามารถขายลูกค้าคนต่อไปได้ ส่วนการรับคืนสินค้านั้นควรมีความยืดหยุ่น โดยดูเป็นแต่ละกรณีไปโดยดูเหตุผลว่าคืนด้วยสาเหตุใด สินค้านั้นยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์หรือไม่ เป็นสินค้าสั่งพิเศษหรือ ทั่วไป เพื่อจะได้แก้ปัญหาได้ถูกต้อง โดยพนักงานขายต้องอธิบายเหตุผลให้ลูกค้าเข้าใจ

### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่เป็นองค์กรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านราคาในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ การให้สินเชื่อ จากการให้สินเชื่อทำให้เกิดความเสี่ยงสูง เนื่องจากส่วนมากไม่มีการค้ำประกัน และทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการเก็บ

รักษาคูณและการวางบิล เก็บเงิน จึงทำให้ราคาขายเชื่อสูงกว่าราคาขายสดหน้าร้าน ดังนั้นจึงควรมีการจูงใจโดยการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่นำเงินมาชำระก่อนครบกำหนด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้นที่ได้รับส่วนลด หรือลดความเสี่ยงโดยการรับชำระด้วยบัตรเครดิตโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมการใช้บัตรกับลูกค้า และเป็นการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าอีกทางหนึ่ง

ในด้านราคาสินค้า เพื่อรักษาระดับความสามารถในการแข่งขัน ควรมีการตรวจเช็คการเคลื่อนไหวราคาตลาดของสินค้าต่างๆ มีการปรับลดตามราคาตลาด มีการตัดป้ายชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ โดยเฉพาะลูกค้าองค์กรที่ซื้อเป็นประจำต้องสร้างความเชื่อมั่น ว่าเมื่อราคาสินค้าลดลงตามภาวะตลาด ก็จะได้รับ การปรับลดทันที

#### **ด้านการจัดจำหน่าย**

การตกแต่งภายในร้าน ควรตกแต่งให้ทันสมัย สวยงาม สะอาด และเป็นสัดส่วนมากขึ้น จัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ตัดป้ายให้ชัดเจน ซึ่งจะทำได้ง่ายและรวดเร็วในการหาสินค้าอีกด้วย มีบริการน้ำดื่มและห้องน้ำสะอาดไว้บริการและตัดป้ายบอกชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ส่วนปัญหาการส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดนั้น ควรจัดให้มีพนักงานผู้รับผิดชอบในการจัดคิวส่งของ และจัดส่งตามเส้นทางเพื่อเป็นการประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ควรมีการจัดสรรงบประมาณประจำปี เพื่อโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือ สื่อโฆษณาในท้องถิ่นอื่นๆ เนื่องจากในปัจจุบันการโฆษณาเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ทำให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น

จัดทำบัตร วิ ไอ พี ให้กับลูกค้าที่เป็นองค์กรเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ เนื่องจากลูกค้าที่เป็นองค์กรส่วนมากจะซื้อสินค้าคราวละมากๆ หรือ มีการสะสมคะแนนเพื่อรับของสมนาคุณ หรือ จัดทำคูปองส่วนลดเพื่อให้ลูกค้านำมาใช้เป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่างๆ ลดราคาประจำปี เป็นต้น และ เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมาจากบริษัทฯ เจ้าของสินค้า ควรมีการแจ้งข่าวให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้ลูกค้าวางแผนการซื้อได้ถูก และทำให้ทางร้านมียอดขายเพิ่มขึ้นด้วย

## ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคร

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้า ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครนั้นบางครั้งอาจซื้อสินค้าครั้งละไม่มาก แต่ซื้อสินค้าหลายชนิดหลายประเภท จึงต้องการที่จะมาที่เดียวแล้วได้สินค้าครบ ดังนั้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น จึงควรจัดหาสินค้ามาไว้คอยบริการลูกค้าให้ครบทุกประเภท เพื่อให้ลูกค้ามาที่เดียวแล้วได้สินค้าครบตามที่ต้องการ เพราะในปัจจุบัน เป็นยุคของความสะดวกสบาย

มีการติดตามข่าวสาร นวัตกรรมใหม่ๆของสินค้าแต่ละชนิด และจัดซื้อเข้ามาเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพราะยุคนี้เป็นยุคแห่งข่าวสารและเทคโนโลยี มีการโฆษณาสินค้าแข่งขันกันเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด จึงทำให้ลูกค้ารับรู้สินค้าใหม่ๆได้เร็ว จัดพนักงานดูแลรับผิดชอบสินค้าแต่ละชนิดศึกษารายละเอียดสินค้าเพื่อสามารถตอบคำถามแก่ลูกค้าได้

แก้ปัญหาสินค้ามีให้เลือกน้อยโดยการจัดระบบคลังสินค้า เพื่อจะได้ไม่ต้องมีสินค้าคงคลังมากเกินไป หรือ มีน้อยจนไม่พอให้ลูกค้าเลือก ให้ทำให้เสียโอกาสในการขาย

### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านราคาในระดับปานกลาง และพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้ายเมื่อเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ เนื่องจากลูกค้าที่เป็นผู้บริโภครส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าครั้งละไม่มาก และต้องการให้บริการจัดส่งให้อย่างรวดเร็วโดยที่ไม่รอให้จัดส่งตามเส้นทาง จึงต้องมีการคิดค่าบริการจัดส่ง ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้น พนักงานขายควรอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงการคิดค่าบริการ และควรแนะนำลูกค้าไม่ให้สั่งสินค้าด่วนเกินไป เพื่อจะได้จัดส่งให้ตามเส้นทางโดยไม่ต้องคิดค่าบริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือกนั้น ฝ่ายจัดซื้อมีหน้าที่ต้องจัดหาสินค้าหลายๆราคามาให้ลูกค้าเลือกเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ในการต่อรองราคาและการให้ส่วนลด ควรมีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษหรือสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณ ซึ่งจะให้มีฐานลูกค้ามากขึ้น และยังสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ด้วย

การรับชำระด้วยบัตรเครดิตไม่ควรมีการกำหนดเงื่อนไขขั้นต่ำในการรับชำระ และไม่ควรมีการคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรกับลูกค้า โดยเป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

#### ด้านการจัดจำหน่าย

การตกแต่งภายในร้าน ควรตกแต่งให้ทันสมัย สวยงาม สะอาด เป็นสัดส่วนมากขึ้น มีการจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ติดป้ายบอกชัดเจน ทำให้ง่ายต่อการหาสินค้าอีกด้วย มีการจัดที่พักสำหรับรับรองลูกค้าให้มากขึ้น มีบริการน้ำดื่มและห้องน้ำสะอาดไว้บริการและติดป้ายบอกชัดเจน

ด้านปัญหาที่จอดรถที่ไม่เพียงพอ ควรมีการจัดช่องจอดรถและช่องเดินรถให้เป็นระเบียบ เพื่อให้สามารถสัญจรเข้าออกร้านได้อย่างสะดวก มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกในด้าน การจราจรภายในร้าน จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จัดพนักงานคอยอำนวยความสะดวก และคอยให้บริการลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า และคอยตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจที่เราดูแลเอาใจใส่

ควรมีการจัดสรรงบประมาณประจำปี เพื่อโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือ สื่อโฆษณาในท้องถิ่นอื่นๆ เนื่องจากในปัจจุบันการโฆษณาเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ทำให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น

จัดทำบัตรสมาชิกให้กับลูกค้าเพื่อรับส่วนลด หรือ ทำบัตรสะสมคะแนนเพื่อรับของสมนาคุณ หรือ จัดทำคูปองส่วนลดเพื่อให้ลูกค้านำมาใช้เป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่างๆ ลดราคาประจำปี เป็นต้น มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบเมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมาจากบริษัทฯ เจ้าของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าวางแผนการซื้อได้ถูก และทางร้านมี ยอดขายเพิ่มขึ้นด้วย