

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-35 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จากผู้เลี้ยงผึ้งรายอื่นแนะนำมากที่สุด และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่บริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด มากกว่า 6 ปี โดยแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง คือ บริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ประเภทอุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งที่ซื้อมากที่สุด คือ แผ่นรังเทียม ส่วนใหญ่จะมีจำนวนรังผึ้งที่เลี้ยงในปัจจุบัน คือ 201-500 รัง โดยทำการเลี้ยงผึ้งมานานต่ำกว่า 3 ปี และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด คือ สามารถให้คำปรึกษาหรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้

##### ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ดังนี้ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา

**ด้านสถานที่จัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สามารถตั้งชื่อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของร้าน และที่จอดรถสะดวกสบาย

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร รองลงมาคือ ความครบถ้วนของสินค้า และคุณภาพของสินค้า

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รองลงมาคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน และ การอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การให้เครดิตชำระเงิน รองลงมาคือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ และการให้วงเงินสินเชื่อ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาของลูกค้าที่พบจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งของบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่จัดจำหน่าย

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตาม เพศ และรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก สำหรับรายละเอียดแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร รองลงมาคือ ความครบถ้วนของสินค้า และ ความทันสมัยของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร รองลงมาคือ ความครบถ้วนของสินค้า และ คุณภาพของสินค้า

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของร้าน และที่จอดรถสะดวกสบาย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ การจัดหมวดหมู่สินค้า และการตกแต่งภายในร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสวยงาม มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รองลงมาคือ

ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน และความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า เท่ากัน และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การให้วงเงินสินเชื่อ และการให้เครดิตชำระเงิน เท่ากัน รองลงมาคือ ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ และ การคิดป้ายราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การให้เครดิตชำระเงิน และระยะเวลาการให้สินเชื่อ เท่ากัน รองลงมาคือ การคิดป้ายราคา และ การให้วงเงินสินเชื่อ

#### 4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตาม รายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตามรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ส่วนรายได้ 20,001 ขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง สำหรับรายละเอียดแต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือมีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร รองลงมาคือ ความครบถ้วนของสินค้า และความหลากหลายของสินค้า และการมีสินค้าตัวอย่าง เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร รองลงมาคือ ความครบถ้วนของสินค้า และ คุณภาพของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร และ ความครบถ้วนของ สินค้า เท่ากัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของสินค้า และ คุณภาพของสินค้า เท่ากัน และ ความหลากหลายของสินค้า

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การคิดป้ายราคา รองลงมาคือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก และการให้เครดิตชำระเงิน เท่ากัน และการให้วงเงินสินเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ รองลงมาคือ การให้เครดิตชำระเงิน และ การให้วงเงินสินเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การให้เครดิตชำระเงิน รองลงมาคือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ การจัดหมวดหมู่สินค้า และ ที่จอดรถสะดวกสบาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้าน รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อทาง โทรศัพท์ และ ที่จอดรถสะดวกสบาย เท่ากัน และการส่งมอบสินค้าตรงเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูง สุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ การจัดหมวดหมู่ สินค้า และการส่งมอบสินค้าตรงเวลา เท่ากัน และ ทำเลที่ตั้งของร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน และ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานเท่ากัน รองลงมาคือ พนักงาน

ความต้องการของลูกค้า และพนักงานให้การบริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง เท่ากัน และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของพนักงาน เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน เท่ากัน และพนักงานให้การบริการที่สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง และความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รองลงมาคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการลูกค้า และการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน เท่ากัน

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาของลูกค้าที่พบจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตาม เพศ และรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน**

**5.1 ปัญหาของลูกค้าที่พบจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตาม เพศ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด โดยรวมในระดับน้อยที่สุดเรียงลำดับ คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่จัดจำหน่าย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่การให้ส่วนลดเงินสด รองลงมาคือ ราคาขายไม่คงที่ และสินค้าแต่ละชนิดไม่มีราคาให้เลือกหลายราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ราคาขายไม่คงที่ รองลงมาคือ ไม่มีการให้เครดิตชำระเงิน และไม่สามารถต่อรองราคาได้ ไม่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด และ ระยะเวลาการให้สินเชื่อสั้น / ไม่มี เท่ากัน

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า รองลงมาคือ ไม่มีการบริการหลังการขาย และ สินค้าไม่มีความหลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ สินค้าไม่มีคุณภาพ รองลงมาคือ สินค้าไม่มีความทันสมัย และไม่มีการรับประกันสินค้า เท่ากัน และไม่มีการบริการหลังการขาย

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า รองลงมาคือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม และไม่มีการประชาสัมพันธ์/มีน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ รองลงมาคือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่มีการจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีติดตั้งและใช้งานจริง พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า พนักงานให้การบริการช้า เท่ากัน และจำนวนพนักงานที่อำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอ พนักงานขาดความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า และพนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ เท่ากัน

**ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า รองลงมาคือ การตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูด และ ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ การส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา และทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และไม่มีการจัดหมวดหมู่สินค้า หาสินค้ายากเท่ากัน และ ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่

**5.2 ปัญหาของลูกค้าที่พบจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง จากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด** จำแนกตาม รายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือนพบปัญหาการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด โดยรวมใน

ระดับน้อยที่สุด เรียงลำดับ คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่จัดจำหน่าย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ราคาขายไม่คงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 –20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือ ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ สินค้าไม่มีความหลากหลาย และยี่ห้อของสินค้าที่นำมาขายไม่มีชื่อเสียง เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าไม่มีคุณภาพ และไม่มีการรับประกันสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 –20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า และไม่มีการบริการหลังการขาย เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้ามีไม่ครบถ้วน และ สินค้าไม่มีคุณภาพ

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 –20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ ไม่มีการจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีติดตั้งและใช้งานจริง และไม่มีการประชาสัมพันธ์/มีน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์/มีน้อย และ ไม่มีการโฆษณา/มีน้อย

**ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า และไม่มียบริการส่งสินค้าถึงที่ เท่ากัน รองลงมาคือ การตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูดและที่จอดรถไม่เพียงพอ



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000 –20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ และการตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูด เท่ากัน และ ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ และการตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูด เท่ากัน รองลงมาคือ การส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่ เท่ากัน และ เวลาเปิดปิดทำการ ไม่สะดวกในการมาซื้อ

### อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงฟุ้งจากบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้แก่ กล่าวถึง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกในเรื่องมีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรัณญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกในเรื่องการให้เครดิตชำระเงิน ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรัณญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด

**ด้านสถานที่จัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกในเรื่อง สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ และเดินทางไปซื้อสะดวกมากที่สุด

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก ในเรื่อง ความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ส่วนลด (เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด) การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ เป็นอันดับแรก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผู้จำหน่ายมีความรู้และความสามารถแนะนำสินค้าได้มากที่สุด

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษารังนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาสูงสุดไม่เกินอนุปริญญา หรือปวส. แ หลังที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ที่น้อยกว่าแหล่งอื่นคือ แผ่นพับ ใบปลิว และงานแสดงสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่ซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัทอื่น สำหรับอุปกรณ์ในการเลี้ยงผึ้ง ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้อยกว่าประเภทอื่น คือ รังผึ้ง จำนวนที่เลี้ยงผึ้งในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีมากกว่า 150 รังขึ้นไป

สำหรับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อยังน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยมี การบริการหลังการขาย เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคา การให้ส่วนลดเงินสด ราคาขายและการต่อรองราคาได้

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยระดับมากทุกปัจจัย และให้การบริการส่งสินค้าเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีติดตั้งและการใช้งานจริง และการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม

ส่วนข้อค้นพบที่เกี่ยวกับปัญหาที่พบลำดับแรกในการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีการรับประกันสินค้า ด้านราคา ได้แก่ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายจัดจำหน่าย ได้แก่ ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้ง และปัญหาที่พบจากการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งจากบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตามเพศ และรายได้จากการเลี้ยงผึ้ง มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 36-39 ดังนี้

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร (4.28)	มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร (4.25)
ด้านราคา	-การให้วางเงินสินเชื่อ -การให้เครดิตชำระเงิน (3.65)	-การให้เครดิตชำระเงิน -ระยะเวลาการให้สินเชื่อ (4.17)
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.26)	สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.33)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.08)	-ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน -พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า (4.33)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัญหา	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่มีการรับประกันสินค้า (2.31)	สินค้าไม่มีคุณภาพ (2.17)
ด้านราคา	ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด (2.47)	ราคาขายไม่คงที่ (2.33)
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า (1.99)	-การส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา -ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ (1.75)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า (2.33)	พนักงานไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (1.67)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งลำดับแรก จำแนกตามรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน

ปัจจัย	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร (4.21)	มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร (4.34)	- มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร - ความครบถ้วนของสินค้า (4.29)
ด้านราคา	การคิดป้ายราคา (3.76)	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ (3.94)	การให้เครดิตชำระเงิน (3.57)
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (4.32)	ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.40)	สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (4.14)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน -ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (3.94)	-ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน -ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (4.37)	- ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.95)



ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบในการซื้ออุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งลำดับแรก จำแนกตามรายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้จากการเลี้ยงผึ้งต่อเดือน		
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	-สินค้าไม่มีความหลากหลาย -ยี่ห้อของสินค้าที่นำมาขายไม่มีชื่อเสียง (2.09)	ไม่มีการรับประกันสินค้า (2.51)	-ไม่มีการรับประกันสินค้า -ไม่มีการบริการหลังการขาย (2.33)
ด้านราคา	ราคาขายไม่คงที่ (2.56)	ไม่สามารถต่อรองราคาได้ (2.60)	ไม่สามารถต่อรองราคาได้ (2.76)
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า (1.71)	ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงที่ (2.20)	-ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า -ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ -การตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูด (1.90)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า (2.71)	ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม (2.29)	ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม (2.19)

ในภาพรวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจและระดับปัญหาที่พบลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และรายได้จากการเลี้ยงผึ้ง พบว่ามีความแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน ยกเว้นในความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด แต่ละรายการเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีสินค้าจำหน่ายแบบครบวงจร และสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์	4.28	มาก	ไม่สามารถต่อรองราคาได้	2.54	น้อย
ความครบถ้วนของสินค้า	4.22	มาก	ราคาขายไม่คงที่	2.44	น้อยที่สุด
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.17	มาก	ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด	2.43	น้อยที่สุด
ที่จอดรถสะดวกสบาย	4.14	มาก	สินค้าแต่ละชนิดไม่มีราคาให้เลือกหลายราคา	2.33	น้อยที่สุด
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.11	มาก	ไม่มีการรับประกันสินค้า และไม่มี การให้วงเงินสินเชื่อ	2.28	น้อยที่สุด
การจัดหมวดหมู่สินค้า	4.10	มาก	ระยะเวลาการให้สินเชื่อสั้น / ไม่มี	2.24	น้อยที่สุด
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.07	มาก	ไม่มีการคิดป้ายราคา และไม่มีการอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้า	2.22	น้อยที่สุด
การอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าของพนักงาน และคุณภาพของสินค้า	4.04	มาก	ไม่มีการให้เครดิตชำระเงิน	2.21	น้อยที่สุด
ความทันสมัยของสินค้า	4.03	มาก	ไม่มีการบริการหลังการขาย	2.20	น้อยที่สุด
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	4.02	มาก	ไม่สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม	2.18	น้อยที่สุด
การส่งมอบสินค้าตรงเวลา	4.01	มาก	สินค้าไม่มีความหลากหลาย	2.14	น้อยที่สุด
พนักงานให้การบริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง	3.99	มาก	สินค้าไม่มีคุณภาพ	2.13	น้อยที่สุด
การตกแต่งภายในร้าน	3.96	มาก	ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	2.09	น้อยที่สุด
เวลาเปิดปิดทำการของบริษัทฯ	3.90	มาก	สินค้ามีไม่ครบถ้วน	2.07	น้อยที่สุด
ความหลากหลายของสินค้า	3.97	มาก	ยี่ห้อของสินค้าที่นำมาขายไม่มีชื่อเสียง	2.06	น้อยที่สุด
การมีสินค้าตัวอย่าง และ ความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า	3.88	มาก	สินค้าให้บริการไม่ครบวงจร	2.03	น้อยที่สุด

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการบริษัทเชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด แต่ละรายการเรียงลำดับสูงสุดถึงต่ำสุด

(ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ยี่ห้อของสินค้าที่นำมาขาย	3.87	มาก	สินค้าไม่มีความทันสมัย	2.02	น้อยที่สุด
จำนวนพนักงานที่อำนวยความสะดวก	3.86	มาก	ไม่มีการประชาสัมพันธ์/มีน้อย	2.01	น้อยที่สุด
ที่พักรับรองลูกค้า	3.82	มาก	ไม่มีการจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิถีชีวิตตั้งและใช้งานจริง	1.94	น้อยที่สุด
การบริการส่งสินค้าถึงที่	3.79	มาก	ไม่มีการบริการส่งสินค้าถึงที่และไม่มีการโฆษณา/มีน้อย	1.92	น้อยที่สุด
การให้เครดิตชำระเงิน	3.72	มาก	ไม่มีที่พักรับรองลูกค้า	1.91	น้อยที่สุด
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ	3.69	มาก	การตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูด	1.90	น้อยที่สุด
การให้วงเงินสินเชื่อ	3.67	มาก	พนักงานให้บริการช้า	1.88	น้อยที่สุด
มีการรับประกันสินค้า	3.63	มาก	ทำเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการมาซื้อ	1.84	น้อยที่สุด
มีการบริการหลังการขาย และการคิดป้ายราคา	3.58	มาก	การส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา	1.81	น้อยที่สุด
การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.43	น้อย			
การประชาสัมพันธ์	3.39	น้อย			
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.36	น้อย			
การให้ส่วนลดเงินสด	3.28	น้อย			
การโฆษณา	3.24	น้อย			
ราคาขาย	3.21	น้อย			
การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิถีชีวิตตั้งและการใช้งานจริง	3.19	น้อย			
การต่อรองราคาได้	2.89	น้อย			
การส่งเสริมการขายด้วยการลดแลก แจก แถม	2.79	น้อย			

### ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้ ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง หรือระดับน้อย และรวมทั้งให้ความสำคัญต่อปัญหาทุกปัญหา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยหรือน้อยที่สุดก็ตาม ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรจะมีการรับประกันสินค้าโดยกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจน พร้อมทั้งแจ้งให้ลูกค้าทราบ รวมทั้งการบริการหลังการขาย และควรจะมีสินค้าหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพ ยี่ห้อ ประเภท และขนาดนอกจากนั้นควรจะมีสินค้าที่ทันสมัย และครบวงจร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

**ด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางหลายปัจจัย ดังนั้น ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรจะให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาให้มากกว่าปัจจัยอื่น โดยเฉพาะราคาขายควรจะให้มีราคาเดียวกับราคาขายในท้องตลาด ในกรณีที่มีการเคลื่อนไหวของราคาขาย ซึ่งราคาขายอาจจะปรับลดหรือเพิ่มขึ้น ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า ด้วยทางจดหมายหรือทางโทรศัพท์ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนการตัดสินใจซื้อได้อย่างถูกต้องในราคาที่เหมาะสม แต่ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญที่ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด พึงกระทำให้แก่ลูกค้า คือ การให้ส่วนลดเงินสดเมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากตามที่กำหนดและลูกค้าประจำ ตลอดจนรวมทั้งการให้เครดิตสินค้า หรือการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น ทั้งนี้เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดนั่นเอง

**ด้านสถานที่จัดจำหน่าย** บริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรให้ความสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการให้บริการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าถึงที่บ้าน ถึงแม้ว่าในปัจจุบันราคาน้ำมันจะมีราคาสูงขึ้นก็ตาม ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรมีการจัดส่งสินค้าถึงที่ในบริเวณที่ใกล้เคียงกับที่ตั้งของบริษัทฯ หรือ คิดเหมาเที่ยวของราคาค่าขนส่งที่ลูกค้าต้องการให้จัดส่งบริการถึงที่ จะเป็นวิธีหาทางออกให้แก่ลูกค้าในกรณีที่ไม่สามารถมาซื้อด้วยตนเอง หรือไม่สะดวกในการเดินทาง หรือขนส่งสินค้าด้วยตนเอง ทั้งนี้ลูกค้าอาจจะอยู่ไกลจากทำเลที่ตั้งของบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ดังนั้น ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด จึงควรมีการจัดรถ หรือใช้บริการขนส่งอื่นแทน เพื่อที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่ตนต้องการ และที่สำคัญการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องตรงเวลา ในส่วนที่พักรับรองลูกค้า ควรทำห้องพักรับรอง จัดโต๊ะที่นั่งสำหรับพักผ่อน เครื่องดื่ม โทรศัพท์ และวารสารสิ่งพิมพ์ สำหรับลูกค้าที่มาซื้อ



สินค้าและต้องรอคอยเป็นเวลานาน ๆ ให้เพียงพอ เป็นต้น ในส่วนของการตกแต่งภายในร้าน ดังนั้นทางบริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรจะมีการจัดสถานที่ของห้องขาย ให้ลูกค้า ขวาง มีบรรยากาศที่ดี สะอาด และควรทำการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่อหาซื้อได้ง่ายในการ เลือกซื้อ อีกทั้งควรมีสินค้าที่หลากหลายไว้คอยบริการ ให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกสินค้าได้มากขึ้น หรืออาจจะมีการตกแต่งที่ดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น เช่น มีห้องสาธิตอุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งให้ลูกค้าเกิด ความสนใจมากยิ่งขึ้นได้ นอกจากนี้ ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรให้ความสำคัญต่อเรื่องที่จอดรถ และเวลาเปิดปิดทำการให้เหมาะสม สำหรับที่จอดรถ ควรมีที่จอดรถที่ สะดวกและปลอดภัย ถ้าเป็นไปได้ อาจจะเช่าที่ให้ลูกค้าไว้จอดรถโดยเฉพาะ และทางบริษัท เชียงใหม่เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรมีการให้บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และทางโทรสาร

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปาน กลาง หลายปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ดังนั้นบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าของบริษัททางสื่อ วิทยุท้องถิ่น หนังสือ พิมพ์ท้องถิ่น ตลอดจนพับ แผ่นป้ายโฆษณาสินค้าที่จัดจำหน่าย นอกจากนี้ทางบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรคำนึงถึงการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ในช่วงเทศกาล หรือในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ ด้วยเงินสด อาจให้ส่วนลดทางการค้าแก่ ลูกค้า เป็นต้น

ในส่วนของพนักงานขายบริษัท เชียงใหม่ เฮลตี้ โปรดักส์ จำกัด ควรให้ความสำคัญ ในเรื่องการฝึกอบรมพนักงานขาย เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้าที่จะขายให้แก่ ลูกค้า เพื่อให้พนักงานขายสามารถอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงคุณภาพ ตลอดจนวิธีการใช้สินค้าแต่ละ ชนิดได้อย่างชัดเจน และพนักงานขายควรมีเพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้า และควรมีการคัดสรรพนักงานผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความรู้ความ สามารถในการขาย สินค้า ทั้งนี้เนื่องจากอุปกรณ์การเลี้ยงผึ้งเป็นสินค้าเจาะจงซื้อ หน่วยงานที่ จำหน่ายจะต้องมีความรู้เรื่องผึ้งเป็นอย่างดี จึงจะสามารถจำหน่ายสินค้า และให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ได้ ตลอดจนการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี อย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการขาย ทั้งนี้เพื่อให้ ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความพึงพอใจเกิดการซื้อซ้ำหรือเลือกใช้บริการของกิจการอยู่ เป็นประจำและสม่ำเสมอ