

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด การศึกษารั้งนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่จำหน่ายสินค้าและบริการของบริษัทที่มีจำนวนทั้งหมด 263 รายและนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 11)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ตารางที่ 12 ถึงตารางที่ 19)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ตารางที่ 20 ถึงตารางที่ 26)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วยการจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ การจำแนกตามประเภทของกิจการ และการจำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน กับบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด (ตารางที่ 27 ถึงตารางที่

50)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และร้านค้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	98	37.3
หญิง	165	62.7
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยจำนวนเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 62.7 และเป็นเพศชายร้อยละ 37.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	3	1.1
20-29 ปี	45	17.1
30-39 ปี	134	51.0
40-49 ปี	60	22.8
50-59 ปี	21	8.0
60 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31-39 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุ 20-29 ปีคิดเป็นร้อยละ 17.1 อายุ 50-59 ปีคิดเป็นร้อยละ 8.0 และอายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง

ตามตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	238	90.5
ผู้จัดการร้าน	25	9.5
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเจ้าของกิจการคิดเป็นร้อยละ 90.5 และเป็นผู้จัดการร้านคิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ตามระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	6.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	78	29.7
ปวส./อนุปริญญา	11	4.2
ปริญญาตรี	156	59.3
ปริญญาโท	2	0.8
ปริญญาเอก	0	0.0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นคิดเป็นร้อยละ 6.1 ระดับปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 4.2 และระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	12	4.6
1-3 ปี	59	22.4
มากกว่า 3 ปี	192	73.0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าร้านค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาระยะเวลาเปิดกิจการ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และระยะเวลาที่เปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามประเภทของกิจการ

ตามประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านโทรศัพท์มือถือ	190	72.2
ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ	73	27.8
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าลักษณะกิจการของร้านค้าส่วนมากจัดเป็นร้าน โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 72.2 และไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 27.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามประเภทการซื้อขายสินค้าและบริการของบริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ประเภทการซื้อขายสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ซิมการ์ดระบบเติมเงินวันทูลอด	199	75.7
โทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	82	31.2
บริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูลอด	195	74.1

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่าย 263 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าร้านค้าที่ซื้อซิมการ์ดระบบเติมเงินวันทูลอดคิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาคือร้านค้าที่ซื้อบริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูลอด คิดเป็นร้อยละ 74.1 และร้านค้าที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 31.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามการสั่งซื้อสินค้าและบริการจากตัวแทนจำหน่าย บริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด และจากจำนวนตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีกทั้งหมด 5 ราย

ตัวแทนค้าส่งสินค้าและบริการ AIS	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากบริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เท่านั้น	156	59.3
ซื้อจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 1 ราย	73	27.8
ซื้อจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 2 ราย	22	8.4
ซื้อจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 3 ราย	3	1.1
ซื้อจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 4 ราย	9	3.4
ซื้อจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 5 ราย	0	0.0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าร้อยละของร้านค้าที่สั่งซื้อสินค้าและบริการของ AIS จากบริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เพียงรายเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาซื้อสินค้าและบริการจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 ซื้อสินค้าและบริการจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 ซื้อสินค้าและบริการจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4 และซื้อสินค้าและบริการจากตัวแทนค้าส่งรายอื่นๆ อีก 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน กับ บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	22.1
10,001-50,000 บาท	127	48.3
50,001-100,000 บาท	43	16.3
100,001-500,000 บาท	26	9.9
500,001-1,000,000 บาท	9	3.4
มากกว่า 1,000,000 บาท	0	0.0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าร้อยละของร้านค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน กับบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำนวน 10,001-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.1 ยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการต่อเดือน 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 ยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการต่อเดือน 100,001-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.9 และยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามลักษณะความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าและบริการกับ บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ลักษณะความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	66	25.1
วันเว้นวัน	54	20.5
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	84	31.9
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	46	17.5
สัปดาห์เว้น สัปดาห์	11	4.2
เดือนละ 1 ครั้ง	2	0.8
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	0	0.0
รวม	263	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าร้านค้าที่มีความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าและบริการกับ บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด มากที่สุดคือซื้อทุกวันคิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.9 ซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 17.5 ซื้อสัปดาห์เว้นสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 4.2 และซื้อเดือนละ 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามประเภทการชำระเงินค่าสินค้าและบริการบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด (ตอบได้ทั้ง 2 ข้อ)

ตามประเภทการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	258	98.1
เงินโอนผ่านบัญชีธนาคาร	79	30.0

หมายเหตุ : สามารถตอบได้ทั้ง 2 ข้อ, ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่าย 263 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าร้านค้าที่ชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ส่วนมากชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 98.1 และร้านค้าที่ชำระด้วยเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารคิดเป็นร้อยละ 30.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์		ระดับความพึงพอใจ							แปลผล	อันดับ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย			
ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน วันทูคอล (จากผู้ตอบ 195 ราย)	จำนวน	21	78	67	24	5	3.44	ปานกลาง	3	
	ร้อยละ	8.0	29.7	25.5	9.1	1.9				
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด (จากผู้ตอบ 196 ราย)	จำนวน	25	70	72	13	16	3.38	ปานกลาง	4	
	ร้อยละ	9.5	26.6	27.4	4.9	6.1				
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (จากผู้ตอบ 82 ราย)	จำนวน	2	28	35	11	6	3.11	ปานกลาง	6	
	ร้อยละ	0.8	10.6	13.3	4.2	2.3				
บรรจุภัณฑ์สินค้าบัตรเติมเงิน (จากผู้ตอบ 195 ราย)	จำนวน	9	86	73	21	6	3.36	ปานกลาง	5	
	ร้อยละ	3.4	32.7	27.8	8.0	2.3				
บรรจุภัณฑ์สินค้า ซิมการ์ด (จากผู้ตอบ 196 ราย)	จำนวน	27	80	83	0	6	3.62	มาก	2	
	ร้อยละ	10.3	30.4	31.6	0	2.3				
บรรจุภัณฑ์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (จากผู้ตอบ 82 ราย)	จำนวน	16	30	30	3	3	3.65	มาก	1	
	ร้อยละ	6.1	11.4	11.4	1.1	1.1				
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์							3.43	ปานกลาง		

จากตารางที่ 12 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 2 อันดับแรกอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือบรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และบรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด ปัจจัยย่อยอันดับสามอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง คือ ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านราคา

ด้านราคา		ระดับความพึงพอใจ							
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
		5	4	3	2	1			
ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม	จำนวน	39	113	103	8	0	3.70	มาก	1
	ร้อยละ	14.8	43.0	39.2	3.0	0			
เงื่อนไขในการชำระเงิน	จำนวน	30	130	97	6	0	3.70	มาก	1
	ร้อยละ	11.4	49.4	36.9	2.3	0			
ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	จำนวน	20	104	110	20	9	3.40	ปานกลาง	4
	ร้อยละ	7.6	39.5	41.8	7.6	3.4			
การต่อรองราคา	จำนวน	12	62	146	33	10	3.13	ปานกลาง	5
	ร้อยละ	4.6	23.6	55.5	12.5	3.8			
ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ	จำนวน	28	86	133	11	5	3.46	ปานกลาง	3
	ร้อยละ	10.6	32.7	50.6	4.2	1.9			
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา							3.48	ปานกลาง	

จากตารางที่ 13 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง บัณฑิตวิทยาลัยที่ได้รับความพึงพอใจอันดับแรกอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ 2 บัณฑิตวิทยาลัยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระเงิน บัณฑิตวิทยาลัยอันดับสามอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง คือ ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย		ระดับความพึงพอใจ							
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
		5	4	3	2	1			
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	จำนวน	52	120	79	9	3	3.79	มาก	1
	ร้อยละ	19.8	45.6	30.0	3.4	1.1			
ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า	จำนวน	50	106	93	14	0	3.73	มาก	3
	ร้อยละ	19.0	40.3	35.4	5.3	0			
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	จำนวน	46	118	90	9	0	3.76	มาก	2
	ร้อยละ	17.5	44.9	34.2	3.4	0			
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางจัดจำหน่าย							3.76	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่ายในการให้บริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก บัณฑิตวิทยาลัยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และระยะเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการขายสินค้า

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสม การตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านการส่งเสริมตลาด

ด้านการส่งเสริมตลาด		ระดับความพึงพอใจ							อันดับ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	จำนวน	55	122	82	4	0	3.87	มาก	1
	ร้อยละ	20.9	46.4	31.2	1.5	0			
การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน	จำนวน	34	108	103	18	0	3.60	มาก	2
	ร้อยละ	12.9	41.1	39.2	6.8	0			
การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS	จำนวน	37	96	108	22	0	3.56	มาก	3
	ร้อยละ	14.1	36.5	41.1	8.4	0			
การมอบของขวัญ ของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ	จำนวน	16	59	92	53	43	2.82	ปานกลาง	9
	ร้อยละ	6.1	22.4	35.0	20.2	16.3			
การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้ตัวแทนจำหน่าย	จำนวน	4	57	118	62	22	2.84	ปานกลาง	7
	ร้อยละ	1.5	21.7	44.9	23.6	8.4			
การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนของรางวัลประจำเดือน	จำนวน	16	50	110	47	40	2.83	ปานกลาง	8
	ร้อยละ	6.1	19.0	41.8	17.9	15.2			
การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน	จำนวน	16	79	117	45	6	3.21	ปานกลาง	6
	ร้อยละ	6.1	30.0	44.5	17.1	2.3			
การรายงานยอดขายประจำเดือนเพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS	จำนวน	28	78	132	20	5	3.40	ปานกลาง	5
	ร้อยละ	10.6	29.7	50.2	7.6	1.9			
การนำเสนอแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ สติกเกอร์ให้ร้านค้า	จำนวน	50	79	102	30	2	3.55	มาก	4
	ร้อยละ	19.0	30.0	38.8	11.4	0.8			
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมตลาด							3.30	ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตช่วยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์กแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง บัณฑิตช่วยที่ได้รับการพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การส่งจดหมายเวียน/แจ้งข่าวสารประจำเดือน และการส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการจ่ายส่วนประสม การตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร		ระดับความพึงพอใจ							อันดับ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็ว และสม่ำเสมอ	จำนวน	142	97	24	0	0	4.45	มาก	2
	ร้อยละ	54.0	36.9	9.1	0	0			
พนักงานมีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะให้บริการทันที	จำนวน	143	93	27	0	0	4.44	มาก	3
	ร้อยละ	54.4	35.4	10.3	0	0			
พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญ แก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก และรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	จำนวน	123	107	31	2	0	4.33	มาก	4
	ร้อยละ	46.8	40.7	11.8	0.8	0			
พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับ สินค้าและบริการ	จำนวน	71	153	37	2	0	4.11	มาก	8
	ร้อยละ	27.0	58.2	14.1	0.8	0			
พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อ ปัญหาอย่างทันถ่วงที	จำนวน	87	132	42	2	0	4.16	มาก	7
	ร้อยละ	33.1	50.2	16.0	0.8	0			
พนักงานมีความสม่ำเสมอในการ พบร้านค้าเป็นประจำตามกำหนด	จำนวน	108	106	49	0	0	4.22	มาก	6
	ร้อยละ	41.1	40.3	18.6	0	0			
พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพ นอบน้อมให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	จำนวน	147	103	13	0	0	4.51	มากที่สุด	1
	ร้อยละ	55.9	39.2	4.9	0	0			
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่ง กายเหมาะสม	จำนวน	107	130	26	0	0	4.31	มาก	5
	ร้อยละ	40.7	49.4	9.9	0	0			
ค่าเฉลี่ยรวมด้านบุคลากร							4.32	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตช่วยสอนประกอบการตลาดบริการ ด้านบุคลากรของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก บัณฑิตช่วยสอนที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือพนักงานมีกิจกรรมรยาทสุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ และพนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสม การตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการ		ระดับความพึงพอใจ							แปลผล	อันดับ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย			
การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ	จำนวน	73	133	57	0	0	4.06	มาก	2	
	ร้อยละ	27.8	50.6	21.7	0	0				
กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้	จำนวน	60	153	50	0	0	4.04	มาก	3	
	ร้อยละ	22.8	58.2	19.0	0	0				
การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง	จำนวน	84	127	52	0	0	4.12	มาก	1	
	ร้อยละ	31.9	48.3	19.8	0	0				
การเคลมสินค้ามีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และถูกต้อง	จำนวน	32	104	113	9	5	3.57	มาก	7	
	ร้อยละ	12.2	39.5	43.0	3.4	1.9				
การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่ายมีความรวดเร็ว สะดวก	จำนวน	46	124	87	6	0	3.80	มาก	6	
	ร้อยละ	17.5	47.1	33.1	2.3	0				
การให้บริการโดยรวมมีความสะดวกรวดเร็วไม่ต้องรอนาน	จำนวน	68	127	62	6	0	3.98	มาก	4	
	ร้อยละ	25.9	48.3	23.6	2.3	0				
คำตอบเฉพาะลูกค้าประเภทเงินโอนผ่านบัญชีธนาคาร(79 ราย) การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็วและถูกต้อง	จำนวน	12	44	23	0	0	3.86	มาก	5	
	ร้อยละ	15.2	55.7	29.1	0	0				
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกระบวนการ							3.92	มาก		

จากตารางที่ 17 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทประกันชีวิตส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือการชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็วตรงความต้องการ และ กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาดเชื่อถือได้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทประกันชีวิตส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ		ระดับความพึงพอใจ							อันดับ
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ	จำนวน	24	51	15	3	0	4.00	มาก	1
	ร้อยละ	25.8	54.8	16.1	3.2	0			
ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	จำนวน	24	44	20	2	3	3.90	มาก	2
	ร้อยละ	25.8	47.3	21.5	2.2	3.2			
สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	จำนวน	16	37	35	2	3	3.66	มาก	3
	ร้อยละ	17.2	39.8	37.6	2.2	3.2			
สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก	จำนวน	12	35	25	15	6	3.34	ปานกลาง	4
	ร้อยละ	12.9	37.6	26.9	16.1	6.5			
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ							3.73	มาก	

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยไปใช้บริการที่สำนักงานทั้งหมด 93 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก บัณฑิตย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คืออาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน และสำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รวม		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.43	ปานกลาง	6
ด้านราคา	3.48	ปานกลาง	5
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.76	มาก	3
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.30	ปานกลาง	7
ด้านบุคลากร	4.32	มาก	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.92	มาก	2
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.73	มาก	4

จากตารางที่ 19 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ทางด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านราคา อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 และด้านการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขของบริษัทเวียงฟิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอทางกายภาพ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
-สินค้าและบริการ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	121	46.0
-บรรจุภัณฑ์สินค้าชำรุด เสียหาย หรืออยู่ในสภาพไม่ปกติ	3	1.1

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ส่วนมากคือ สินค้าและบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 46.0 และบรรจุภัณฑ์สินค้าชำรุด เสียหาย หรืออยู่ในสภาพไม่ปกติ คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
-ราคาสินค้าที่บริษัทจำหน่ายมักจะแพงกว่าของกลุ่ม	48	18.3
-ไม่มีการแจ้งราคา Update หรือ แจ้งช้ากว่าคู่แข่ง	23	8.7
-การปรับราคาสินค้า ขึ้น-ลง บริษัทไม่เคยแจ้งล่วงหน้า	7	2.7
-พนักงานขายมีการคิดราคาค่าสินค้าและบริการผิดพลาด	6	2.3

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านราคาอันดับแรก คือ ราคาสินค้าที่บริษัทจำหน่ายมักจะแพงกว่าของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.3 อันดับสอง คือ ไม่มีการแจ้งราคา Update หรือแจ้งช้ากว่าคู่แข่งคิดเป็นร้อยละ 8.7 อันดับสามการปรับราคาสินค้า ขึ้น-ลง บริษัทไม่เคยแจ้งล่วงหน้าคิดเป็นร้อยละ 2.7 และอันดับสี่คือ พนักงานขายมีการคิดราคาค่าสินค้าและบริการผิดพลาด คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
-ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ	7	2.7
-เวลาเปิด-ปิด (รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์) ให้บริการขายที่ไม่แน่นอน	39	14.8

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนมาก คือ เวลาเปิด-ปิด (รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์) ให้บริการขายที่ไม่แน่นอนคิดเป็นร้อยละ 14.8 และทำเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
-ไม่เคยได้ข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้งานเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	13	4.9
-ไม่เคยได้รับเอกสารจดหมายเวียนของบริษัท	6	2.3
-ไม่เคยได้รับ SMS แจ้งข่าวใดๆ จากทางบริษัทเลย	8	3.0
-ไม่เคยได้รับของพรีเมียมสนับสนุนการขาย	83	31.6
-ไม่เคยได้รับแจ้งข่าวโปรโมชั่นส่งเสริมการขายหรือวารสารนักขาย	7	2.7
-ป้ายสติ๊กเกอร์และโบรชัวร์ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	58	22.1
-พนักงานขายไม่เคยแจ้งคะแนนประจำเดือนให้ร้านค้าหรือแจ้งเข้ามา เกินเวลา	25	9.5

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดสามอันดับแรก คือ ไม่เคยได้รับของพรีเมียมสนับสนุนการขายคิดเป็นร้อยละ 31.6 ป้ายสติ๊กเกอร์และโบรชัวร์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 22.1 และพนักงานขายไม่เคยแจ้งคะแนนประจำเดือนให้ร้านค้า หรือแจ้งเข้ามาเกินเวลาคิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
-ไม่สามารถติดต่อพนักงานได้ในกรณีต้องการความช่วยเหลือ	9	3.4
-พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น ไม่เอาใจใส่ต่อการบริการและไม่ติดตามแก้ไขปัญหา	2	0.8
-พนักงานที่ให้บริการไม่มีความสุภาพ อ่อนน้อม ไม่ให้เกียรติต่อลูกค้า	6	2.3
-พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้ ไม่มีข้อมูลความรู้ในตัวสินค้าที่ท่านต้องการ	5	1.9
-พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชั่นไม่ตรงกับที่เป็นจริง	5	1.9
-พนักงานไม่เข้าพบร้านค้า ต้องโทรตามบ่อยๆ	2	0.8
-พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ เช่น ใส่รองเท้าแตะ	6	2.3

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านบุคลากรสามอันดับแรก คือ ไม่สามารถติดต่อพนักงานได้ในกรณีต้องการความช่วยเหลือคิดเป็นร้อยละ 3.4 พนักงานที่ให้บริการไม่มีความสุภาพอ่อนน้อมไม่ให้เกียรติต่อลูกค้า และพนักงานแต่งกายไม่สุภาพ เช่น ใส่รองเท้าแตะคิดเป็นร้อยละ 2.3 เท่ากัน

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้า จำแนกตามที่พบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
-ได้รับสินค้าและบริการช้ากว่าความต้องการ	6	2.3
-มีความล่าช้าในการติดตามแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	0	0
-ไม่เคยได้รับใบเสร็จรับเงิน	0	0
-การส่งสินค้าเข้ามาเคลม และได้รับสินค้าคืน นานเกินกว่า 2 สัปดาห์	11	4.2
- มีข้อผิดพลาดในการชำระเงิน ระหว่างร้านค้ากับพนักงานขาย เช่น มีการเรียกเก็บเงินซ้ำ	9	3.4
-กระบวนการสมัครบริการเติมเงินมีความยุ่งยากซับซ้อน พนักงานให้บริการช้า ต้องรอนาน	0	0
-ระบบการตรวจสอบเงิน โอนเข้าบัญชีซ้ำมีปัญหาการยืนยันยอดชำระเงิน	0	0

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านปัญหาด้านกระบวนการสามอันดับ คือ การส่งสินค้าเข้ามาเคลมและได้รับสินค้าคืนนานเกินกว่า 2 สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 4.2 มีข้อผิดพลาดในการชำระเงินระหว่างร้านค้ากับพนักงานขาย เช่น มีการเรียกเก็บเงินซ้ำคิดเป็นร้อยละ 3.4 และได้รับสินค้าบริการช้ากว่าความต้องการคิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าจำแนกตามที่พบปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
-สำนักงานให้บริการมีสภาพสกปรกไม่น่าเข้ามาติดต่อซื้อสินค้าและบริการ	0	0
-ไม่มีพนักงานต้อนรับคอยให้บริการที่สำนักงาน	2	0.8
-เวลามาติดต่อที่บริษัท หาที่จอดรถยาก	15	5.7
-ไม่เคยทราบว่าสำนักงานตั้งอยู่ที่ไหน	16	6.1

หมายเหตุ : ตัวแทนจำหน่ายสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ค่าร้อยละคำนวณจากตัวแทนจำหน่ายจำนวน 263 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ สามอันดับแรก คือ ไม่เคยทราบว่าสำนักงานตั้งอยู่ที่ไหนคิดเป็นร้อยละ 6.1 เวลามาติดต่อที่บริษัทหาที่จอดรถคิดเป็นร้อยละ 5.7 และไม่มีพนักงานต้อนรับคอยให้บริการที่สำนักงานคิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียง
ฟังก์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

4.1 จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

4.2 จำแนกตามประเภทของกิจการ

4.3 จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนกับบริษัท เวียง

ฟังก์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

4.1 จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เวียงฟังก์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิด
กิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ เติมเงินวันทูคอล	4.20 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด	4.33 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์ และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สินค้าบัตรเติมเงิน	3.90 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด	4.17 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูล

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ด้านราคา	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)
เงื่อนไขในการชำระเงิน	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)
ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การต่อรองราคา	3.25 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ	3.58 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันคือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสมและเงื่อนไขในการชำระเงิน

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ปัจจัยย่อย
ที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ เงื่อนไขในการชำระเงิน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัดจำแนกตามระยะเวลาที่
เปิดกิจการ

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.17 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า	4.17 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.17 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึง
พอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการ
เดินทาง ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.96 (มาก)
การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน	4.25 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆจาก AIS	4.25 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)
การมอบของขวัญ ของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ	3.75 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้ตัวแทนจำหน่าย	3.50 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนของรางวัล ประจำเดือน	3.50 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน	4.00 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS	4.00 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การนำเสนอแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์ สติกเกอร์ให้ร้านค้า	4.00 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันคือ การส่งจดหมายเวียนแจ้งข่าวสารประจำเดือน และการส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆจาก AIS

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ด้านบุคลากร	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็ว และ สม่่าเสมอ	4.17 (มาก)	4.42 (มาก)	4.47 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที	4.17 (มาก)	4.32 (มาก)	4.49 (มาก)
พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก และรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)	4.39 (มาก)
พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)
พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อปัญหาอย่างทันถ่วงที	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานมีความสม่่าเสมอในการพบร้านค้าเป็นประจำตามกำหนด	3.75 (มาก)	4.10 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.42 (มาก)	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเหมาะสม	3.83 (มาก)	4.36 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมการขาย สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมการขาย สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมการขาย สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ด้านกระบวนการ	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรง ความต้องการ	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.14 (มาก)
กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้องไม่ ผิดพลาด เชื่อถือได้	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)
การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)
การเคลมสินค้ามีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และถูกต้อง	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)
การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่าย มีความรวดเร็ว สะดวก	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)
การให้บริการโดยรวมมีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้อง รอนาน	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)	4.08 (มาก)
เฉพาะลูกค้าประเภทเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคาร การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็ว และถูกต้อง	5.00 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็วและถูกต้อง

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ปัจจัยย่อย
ที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ปัจจัยย่อย
ที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตาม
ระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)
ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและ สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	4.03 (มาก)
สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่าง เพียงพอ	3.50 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก	3.00 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึง
พอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ และป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่ เหมาะสม สวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทประกันชีวิตส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ด้านราคา	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.17 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.89 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.04 (มาก)	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.02 (มาก)	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางจัดจำหน่ายมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

4.2 จำแนกตามประเภทของกิจการ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์มือถือ	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด	3.46 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สินค้าบัตรเติมเงิน	3.34 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด	3.66 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.62 (มาก)	3.82 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ปัจจัย

ย่อยที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดเท่ากันคือ ความพึงพอใจของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และบรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของบริษัท เวียงพิงก์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัดจำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านราคา	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม	3.83 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
เงื่อนไขในการชำระเงิน	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.46 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การต่อรองราคา	3.15 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม

ลูกค้าประเภทกิจการ ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความนิยมพึงพอใจสูงสุดคือ เงื่อนไขในการชำระเงิน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)
ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาด ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์กแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านการส่งเสริมตลาด	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.79 (มาก)	4.05 (มาก)
การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน	3.67 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
การมอบของขวัญ ของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ	2.92 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้ตัวแทนจำหน่าย	2.84 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนของรางวัล ประจำเดือน	2.87 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน	3.35 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS	3.53 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)
การนำเสนอแผ่นพับ โบปปลิว โบรชัวร์ สติกเกอร์ให้ร้านค้า	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านบุคลากร ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านบุคลากร	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็ว และ สม่่าเสมอ	4.38 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที	4.35 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก และรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	4.28 (มาก)	4.48 (มาก)
พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ	4.03 (มาก)	4.34 (มาก)
พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อปัญหาอย่างทันถ่วงที	4.07 (มาก)	4.38 (มาก)
พนักงานมีความสม่่าเสมอในการพบร้านค้าเป็นประจำ ตามกำหนด	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับ และบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.43 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเหมาะสม	4.21 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.48 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมขาย สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมขาย สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิสเซอรัล จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านกระบวนการ	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)
กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง	4.19 (มาก)	3.93 (มาก)
การเคลมสินค้ามีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และถูกต้อง	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่าย มีความรวดเร็ว สะดวก	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)
การให้บริการ โดยรวมมีความสะดวกรวดเร็วไม่ต้องรอนาน	3.91 (มาก)	3.55 (มาก)
เฉพาะลูกค้าประเภทเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคาร การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ	3.93 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	3.81 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)
สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก	3.30 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากัน คือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ และป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสม สวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ด้านราคา	3.54 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.34 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.26 (มาก)	4.48 (มาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.66 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าลูกค้าประเภทกิจการจัดเป็นร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ถูกค่าประเภทกิจการไม่ใช่ร้านโทรศัพท์มือถือ มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร
มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.17 และด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน กับบริษัทเวียงพิงค์เน็ต เวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเพียงพอของปริมาณค่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล	2.59 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.86 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภท ซิมการ์ด	3.28 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภท โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.60 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
บรรจุภัณฑ์สินค้าบัตรเติมเงิน	2.88 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	2.82 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด	3.47 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และ อุปกรณ์เสริมต่างๆ	4.20 (มาก)	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรจุกันท์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูลอด

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือบรรจุกันท์สินค้า ชิมการ์ด์

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทชิมการ์ด์

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม	3.36 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	4.09 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
เงื่อนไขในการชำระเงิน	3.33 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	4.12 (มาก)	3.50 (มาก)	4.33 (มาก)
ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.16 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
การต่อรองราคา	3.16 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)
ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 บัณฑิตวิทยาลัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 บัณฑิตวิทยาลัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ เงื่อนไขในการชำระเงิน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ เงื่อนไขในการชำระเงิน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันสามอันดับ คือ เงื่อนไขในการชำระเงิน การต่อรองราคา และระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.05 (มาก)	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขาย สินค้า	3.97 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)
สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.97 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันสามอันดับ คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ระยะเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการขายสินค้า และสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดของบริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์กแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายและค่าบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมตลาด	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.58 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน	3.38 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.91 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)
การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS	3.33 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)
การมอบของขวัญ ของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ	2.72 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)
การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้ตัวแทนจำหน่าย	2.81 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนรางวัลประจำเดือน	2.97 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)
การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน	3.31 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS	3.31 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
การนำเสนอแผ่นพับ โปสเตอร์ โบรชัวร์ สติกเกอร์ให้ร้านค้า	3.93 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การส่งจดหมายเวียนแจ้งข่าวสารประจำเดือน

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันสองอันดับคือ การส่งจดหมายเวียนแจ้งข่าวสารประจำเดือน และการส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทประกันชีวิตส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากรของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิสเซอรัล จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านบุคลากร	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็ว และ สม่ำเสมอ	4.43 (มาก)	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะ ให้บริการทันที	4.43 (มาก)	4.41 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญแก่ ลูกค้าเป็นอันดับแรก และรักษา ผลประโยชน์ของลูกค้า	4.38 (มาก)	4.26 (มาก)	4.49 (มาก)	4.23 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและ บริการ	4.22 (มาก)	4.14 (มาก)	4.21 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อปัญหา อย่างทันถ่วงที	4.22 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานมีความสม่ำเสมอในการพบ ร้านค้าเป็นประจำตามกำหนด	3.62 (มาก)	4.35 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพอ่อนน้อม ให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัย ไมตรีที่ดี	4.53 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย เหมาะสม	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.49 (มาก)	4.08 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.12 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 47 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมทางสุขภาพนอกรอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานมีกิจกรรมทางสุขภาพนอกรอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิจกรรมทางสุขภาพนอกรอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาทมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีความสม่ำเสมอในการพบร้านค้าเป็นประจำตามกำหนด

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันห้าอันดับ คือ การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอันดับแรกรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า พนักงานมีบุคลิกภาพการแต่งกายเหมาะสม และพนักงานมีกิจกรรมทางสุขภาพนอกรอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	4.23 (มาก)	4.04 (มาก)	4.33 (มาก)
กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	4.37 (มาก)	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)
การเคลมสินค้ามีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และถูกต้อง	3.34 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.86 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่าย มีความรวดเร็ว สะดวก	3.34 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
การให้บริการ โดยรวมมีความสะดวก รวดเร็วไม่ต้องรอนาน	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	3.77 (มาก)	4.33 (มาก)
เฉพาะลูกค้าประเภทเงินโอนผ่านบัญชีธนาคาร	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็วและถูกต้อง					
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	4.33 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน

กระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือการเช็คยอดเงินโอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็วและถูกต้อง

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิสเซอ จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)
ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	4.24 (มาก)	3.91 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	4.24 (มาก)	3.60 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)
สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก	4.06 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)	3.69 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 บัณฑิตวิทยาลัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันสามอันดับคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนและสำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาทมีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดย

รวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาทมีระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเท่ากันสี่อันดับ คือ อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ และสำนักงานมีที่จอดรถสะดวก

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001- 50,000	50,001- 100,000	100,001- 500,000	500,001- 1,000,000
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)
ด้านราคา	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านการส่งเสริมตลาด	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.12 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	4.33 (มาก)
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.20 (มาก)	3.69 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และด้านราคากับด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-500,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ลูกค้าที่มียอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20