

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง โดยประชากรในการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่ ซึ่งเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างที่ซื้อคอนกรีตผสมเสร็จจาก โรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ซึ่งมีทั้งหมดตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 82 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 76.8 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 34.1 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 41.5 ตำแหน่งในสถานประกอบการเป็นกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ ร้อยละ 54.9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 43.9 โดยกิจการจัดตั้งมาแล้ว 6-10 ปี ร้อยละ 35.4 มีจำนวนพนักงานในกิจการ ไม่เกิน 50 คน มีจำนวนโครงการที่รับเหมาก่อสร้างของกิจการโดยเฉลี่ยปี 1-5 โครงการ ร้อยละ 35.4 มีมูลค่างานก่อสร้างโครงการที่กิจการรับเหมางานก่อสร้าง โดยเฉลี่ย ไม่เกิน 500,000 บาท ร้อยละ 18.3 มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ไม่เกิน 400,000 บาท ร้อยละ 30.5 มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 72.0 มีแหล่งรับเหมางานก่อสร้างของกิจการ หน่วยงานราชการ มากที่สุด ร้อยละ 67.1 แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง คือ รู้จักเอง ร้อยละ 64.6 ระยะเวลาเป็นลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง 1-3 ปี ร้อยละ 51.2 ส่วนใหญ่แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จนอกจากโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง คือ บริษัทพีพีเอสคอนกรีต จำกัด ร้อยละ 75.6

ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ เรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า มีบริการหลังการขาย มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากเรียงลำดับคือ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย รองลงมา ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น รองลงมา มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ เรียงลำดับคือ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย รองลงมา ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา รองลงมา สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเรียงลำดับคือ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า รองลงมา ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า มีการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี รองลงมา การขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจเรียงลำดับคือ การขายโดยใช้พนักงานขาย รองลงมา การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงาน โดยตรง การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ตารางที่ 55 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์				
มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย	4.27	มาก	4.74	พอใจอย่างมาก
ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ	4.18	มาก	4.61	พอใจอย่างมาก
มีความหลากหลายของเกรดสินค้า	4.51	มากที่สุด	4.59	พอใจอย่างมาก
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.33	มาก	4.52	พอใจอย่างมาก
มีบริการหลังการขาย	4.28	มาก	4.20	ค่อนข้างพอใจ
การให้คำปรึกษาแนะนำ	4.24	มาก	4.38	ค่อนข้างพอใจ
การบริการจัดส่งสินค้า	4.22	มาก	4.22	ค่อนข้างพอใจ
ด้านราคา				
ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น	4.30	มาก	4.26	ค่อนข้างพอใจ
วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย	4.09	มาก	4.39	ค่อนข้างพอใจ
มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด	4.23	มาก	4.22	ค่อนข้างพอใจ
ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้	4.16	มาก	4.20	ค่อนข้างพอใจ
ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น	3.82	มาก	3.85	ค่อนข้างพอใจ

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านการจัดจำหน่าย				
การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา	4.41	มาก	4.50	พอใจอย่างมาก
สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า	4.35	มาก	4.67	พอใจอย่างมาก
การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า	4.32	มาก	4.16	ค่อนข้างพอใจ
ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า	4.24	มาก	4.44	ค่อนข้างพอใจ
ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต	4.26	มาก	4.57	พอใจอย่างมาก
สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่ยุติลงสินค้า	4.11	มาก	3.98	ค่อนข้างพอใจ
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี	4.34	มาก	4.37	ค่อนข้างพอใจ
พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า	4.13	มาก	4.32	ค่อนข้างพอใจ
การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง	4.20	มาก	4.30	ค่อนข้างพอใจ
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น	4.06	มาก	4.38	ค่อนข้างพอใจ
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.94	มาก	4.43	ค่อนข้างพอใจ
การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม	3.89	มาก	3.85	ค่อนข้างพอใจ
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น	3.80	มาก	3.74	ค่อนข้างพอใจ

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการ และระยะเวลา

3.1 ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย และให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า การบริการจัดส่งสินค้า การให้คำปรึกษาแนะนำ และมีบริการหลังการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า การให้คำปรึกษาแนะนำ สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ มีบริการหลังการขาย และการบริการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย มีความหลากหลายของเกรดสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจลำดับแรกคือ ความหลากหลายของเกรดสินค้า มีบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษาแนะนำ และการบริการจัดส่งสินค้าเท่ากัน มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย มีบริการหลังการขาย การให้คำปรึกษาแนะนำ ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และการบริการจัดส่งสินค้า เท่านั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่มีความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย มีบริการหลังการขาย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และการบริการจัดส่งสินค้า และการให้คำปรึกษาแนะนำ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้เครดิตการค้าสามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจเรียงลำดับได้แก่มีส่วนลดพิเศษ

เมื่อซื้อด้วยเงินสด ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า และการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า เท่ากัน การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต เท่ากัน และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

ได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิ
 การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
 ได้แก่ ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-
 Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า การจัดทำหมายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-
 Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า

สำหรับความพึงพอใจต่อบัญชีด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการ
 จัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ
 ค่อนข้างพอใจปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจลำดับแรกคือ การจัด
 หมายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า การจัดส่ง
 สินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า และสามารถ
 ติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า เท่ากัน ความ
 สะอาดเรียบร้อยของ โรงงานผลิต และความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน
 จำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับค่อนข้างพอใจลำดับแรกคือ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้าได้
 รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของ โรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่
 ใช้ในการขนส่งสินค้า การจัดทำหมายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง
 การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่ง
 แผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด มี
 ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยใน
 ระดับพอใจอย่างมากคือ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และการจัดทำหมายทางพาณิชย์
 อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า เท่ากัน และมีความพึงพอใจใน
 ระดับค่อนข้างพอใจคือ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะดวกในการ
 ติดต่อซื้อสินค้า สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่ง
 แผนที่จุดลงสินค้า และความสะอาดเรียบร้อยของ โรงงานผลิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย
 ของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้
 ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การส่งเสริมการ
 ขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัลเป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขาย เท่ากัน การขายโดยใช้

พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และ พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง เท่ากัน พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบุคคลธรรมดา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจลำดับแรกคือ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม การขายโดยใช้พนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น และ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ

ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าเท่ากัน การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคมเท่ากัน และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขายเท่ากัน

3.2 ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง จำแนกตามระยะเวลาเป็นลูกค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีความหลากหลายของเกรดสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย การให้คำปรึกษาแนะนำสำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ มีบริการหลังการขาย มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และการบริการจัดส่งสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้

ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า เท่ากัน มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย เท่ากัน

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า การให้คำปรึกษาแนะนำ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า และมีบริการหลังการขาย เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และการบริการจัดส่งสินค้า เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และมีบริการหลังการขาย เท่ากัน การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย และชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย การบริการจัดส่งสินค้า มีบริการหลังการขาย เท่ากัน มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และการให้คำปรึกษาแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการ

ผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า การบริการจัดส่งสินค้า และการให้คำปรึกษาแนะนำ และมีบริการหลังการขาย เท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ สำหรับปัจจัยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด และให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสดและให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้เช่นกัน และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงิน

สด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด และระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด และระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่นเท่ากัน ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เท่ากัน การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้าได้

รวดเร็ว และตรงเวลา สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่ยุคกลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่ยุคกลงสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่ยุคกลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่ยุคกลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า สามารถติดต่อทางจดหมาย

อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่ การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เท่ากัน และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า เท่ากัน รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง เท่ากัน การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา

แจกของกำนัลเป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และพนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี เท่ากัน พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัลเป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 1-3 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัลเป็นต้น พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้า 4-5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัลเป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัลเป็นต้น การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และการโฆษณา

สินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนาม โทรศัพท์ เป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง จำแนกตามจำนวน พนักงานในกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และการให้คำปรึกษาแนะนำ เท่ากัน ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ และการบริการจัดส่งสินค้า เท่ากัน มีบริการหลังการขาย และมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การบริการจัดส่งสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ การให้คำปรึกษาแนะนำ และมีบริการหลังการขาย

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และความหลากหลายของเกรดสินค้า สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า การให้คำปรึกษาแนะนำ เท่ากัน การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่มีความหลากหลายของเกรดสินค้า มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีบริการหลังการขาย และการบริการจัดส่งสินค้า เท่ากัน สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การให้คำปรึกษาแนะนำ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่

ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

สำหรับความพึงพอใจต่อบัญชีด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา สภาพและความพร้อมของ

รถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

สำหรับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ บัณฑิตย่อยให้มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า สำหรับบัณฑิตย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิตเท่ากัน ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมาก บัณฑิตย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต ความสะดวกในการติดต่อซื้อสินค้า และสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เช่น สอบถามข้อมูล ส่งแผนที่จุดลงสินค้า เท่ากัน การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา และการจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การจอง การสั่งซื้อสินค้า

บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก บัณฑิตย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร เกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก บัณฑิตย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง เท่ากัน การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และ

การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ บ้างก็ข้อย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างพอใจ บ้างก็ข้อย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจอย่างมากได้แก่ พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี สำหรับข้อย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น การขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยใช้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า เท่ากัน การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และการให้ข่าวการประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.07) บ้างก็ข้อย่อยให้ระดับปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย 3 ลำดับแรกคือ สินค้าไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) (ค่าเฉลี่ย 2.26) รองลงมา เกรดของสินค้าไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.18) และบริการจัดส่งสินค้าไม่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.11)

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.07) บ้างก็ข้อย่อยให้ระดับปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย 3 ลำดับแรกคือ สินค้าไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) (ค่าเฉลี่ย 2.26) รองลงมา ไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อสินค้าด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.06) และไม่ได้รับเครดิตการชำระเงิน หรือต้องซื้อสินค้าเงินสด ให้ระยะเวลาการชำระเงินน้อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 1.99)

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.11) ปัจจัยย่อยให้ระดับปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย 3 ลำดับแรกคือ การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.27) รองลงมา การติดต่อกับทางบริษัท หรือพนักงานขายได้ลำบาก (ค่าเฉลี่ย 2.21) และติดต่อซื้อสินค้าไม่ค่อยสะดวก มีช่องทางการติดต่อน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.87) ปัจจัยย่อยให้ระดับปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.23) รองลงมา ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.06) และไม่มีการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ ป้ายโฆษณา วารสารก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 1.94)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ต่างกับลูกค้าของที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์สาขาจอมทองมีความพึงพอใจต่อบริการย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนัฐดา อุตสุภา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอลคอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่การบริการจัดส่งสินค้า ด้านคุณภาพของสินค้าได้มาตรฐานและด้านการบริการหลังการขาย

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยที่ให้ ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของ ดิเรก ตัญญูบุรุษย์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า

ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับเรื่อง คุณภาพสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีต ผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพสินค้า

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าของโรงงานซีแพค แพร่ไนส์สาขาจอมทอง กับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ จะมีความพึงพอใจมากที่สุดกับสินค้ามีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า ในขณะที่ลูกค้าของบริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจกับการบริการจัดส่งสินค้า คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐานและการบริการหลังการขาย ดังนั้นโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ สาขาจอมทอง มีสินค้ามีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ มีความหลากหลายของเกรดสินค้า และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า ที่ตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า และหากพิจารณาระดับความสำคัญลูกค้าโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับมีความหลากหลายของเกรดสินค้า ในขณะที่ลูกค้าที่อื่นๆ ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ สาขาจอมทอง มีระดับความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ ด้านราคาต่างกับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ สาขาจอมทองมีความพึงพอใจต่อบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่วิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้าเงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนัฐดา อุตสุภา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า และราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพค แพร่ไนส์ สาขาจอมทองให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิเรก ตัญญูอนุรักษ์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วน

ประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับเรื่อง ราคาของ คอนกรีตผสมเสร็จ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เกรือจักร (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับเรื่อง ราคาจำหน่าย

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าของ โรงงานซีแพค แฟรนไชส์ สาขาจอมทอง กับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าของ โรงงานซีแพคแฟรนไชส์ จะมีความพึงพอใจมากกับวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย ระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับ โรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้า เงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับ โรงงานหรือบริษัทอื่น ในขณะที่ลูกค้าของบริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดกับราคาขาย เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า และราคาสินค้าคงที่ ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า ดังนั้น โรงงานซีแพคแฟรนไชส์สาขา จอมทอง มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและสะดวกสบาย และระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับ โรงงานหรือบริษัทอื่น มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ให้เครดิตการค้า สามารถซื้อสินค้า เงินเชื่อได้ และราคาคอนกรีตถูกกว่าเมื่อเทียบกับ โรงงานหรือบริษัทอื่น ที่ตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า และหากพิจารณาระดับความสำคัญลูกค้า โรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญ มากกับระยะเวลาการชำระเงินนานกว่าเมื่อเทียบกับ โรงงานหรือบริษัทอื่น ในขณะที่ลูกค้าที่อื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับราคาของคอนกรีตผสมเสร็จ และราคาจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของ โรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีระดับความพึงพอใจต่อบริการจัดจำหน่ายต่างๆ ด้านการจัดจำหน่ายต่างกับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้า โรงงานซีแพคแฟรนไชส์สาขาจอมทองมีความพึงพอใจต่อบริการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับพอใจอย่างมาก ได้แก่ สภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะอาด เรียบร้อยของ โรงงานผลิต และการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของ ธณัฐดา อุตสุภา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ ผล การศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ด้านการสามารถสั่งซื้อ ได้ทางโทรศัพท์ ด้านการติดต่อกับบริษัทฯหรือพนักงานขายทำได้ง่ายสะดวก และด้านความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก โดยเฉพาะ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิเรก ตัญญูอนุรักษ์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี ต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ผล การศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับเรื่อง การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรง เวลา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้าน การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือการจัดส่งสินค้า ได้รวดเร็ว และตรงเวลา

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าของโรงงานซีแพค แฟรนไชส์ สาขาจอมทอง กับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขา จอมทอง จะมีความพึงพอใจมากกับสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความ สะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ในขณะที่ลูกค้าของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในระดับมากกับด้าน การสามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ ด้านการติดต่อกับบริษัทฯหรือพนักงานขายทำได้ง่ายสะดวก และด้านความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า ดังนั้นโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ที่ตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า และหากพิจารณาระดับ ความสำคัญลูกค้าโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญมากกับการจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็ว และตรงเวลา ในขณะที่ลูกค้าที่อื่นๆ ก็ให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยต่างๆ ด้านราคาต่างกับลูกค้าของที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าโรงงานซีแพคแฟรนไชส์สาขาจอมทองมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับค่อนข้างพอใจ ได้แก่การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของ กำนัลเป็นต้น พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การ ขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์และ การมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของ ธณัฐดา อุตุสุภา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของ บริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ ด้านพนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ ด้านพนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และด้านพนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรน์ไฮส์ สาขาจอมทองให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดิเรก ตัญญูบุรุษ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับเรื่อง การขายโดยใช้พนักงานขายไปพบลูกค้าที่หน่วยงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรน์ไฮส์ สาขาจอมทอง กับลูกค้าที่อื่นๆ โดยพบว่าลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรน์ไฮส์ สาขาจอมทอง จะมีความพึงพอใจมากกว่าการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า การขายโดยให้พนักงานขายติดต่อเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมส่งเสริมสังคม และการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น ในขณะที่ลูกค้าของบริษัท บอรอล คอนกรีต (ประเทศไทย) จำกัด สาขาเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในระดับมากกับด้านพนักงานขายมีบุคลิกดีและน่าเชื่อถือ ด้านพนักงานขายให้บริการด้วยความจริงใจและซื่อสัตย์ ด้านพนักงานขายมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และด้านพนักงานขายมีความเอาใจใส่ลูกค้าดี ดังนั้น โรงงานซีแพคแฟรน์ไฮส์ สาขาจอมทอง มีการขายโดยพนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า และสามารถเสนอสินค้าที่หน่วยงานโดยตรง และการส่งเสริมการขายตลอดจนการโฆษณาสินค้า ที่ตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า และหากพิจารณาระดับความสำคัญลูกค้าโรงงานซีแพคแฟรน์ไฮส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญมากกับพนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี ในขณะที่ลูกค้าที่อื่นๆ ให้ความสำคัญกับการขายโดยใช้พนักงานขายไปพบลูกค้าที่หน่วยงาน และการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น ในระดับมากเช่นกัน

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง มีข้อค้นพบจากการศึกษาดังต่อไปนี้

ด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พบว่า

1. กิจการของลูกค้าส่วนใหญ่รูปแบบการจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ระยะเวลาดำเนินกิจการ 6-10 ปี และมีพนักงานไม่เกิน 50 คน โดยบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเป็นเจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ โดยระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง 1-3 ปี
 2. จำนวนโครงการที่รับเหมาก่อสร้างของกิจการ โดยเฉลี่ยมีตั้งแต่ 1 โครงการจนถึง 15 โครงการขึ้นไป มูลค่างานก่อสร้างตั้งแต่ 500,000 บาทจนถึง 3,500,0001 บาทขึ้นไป การรู้จักโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง คือรู้จักเอง
 3. แหล่งรับเหมางานก่อสร้างของลูกค้า มีทั้งหน่วยงานราชการ หมู่บ้านจัดสรร หน่วยงานเอกชน และบุคคลทั่วไป
 4. แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จนอกจากโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทองแล้ว พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตจากบริษัทพีทีเอสคอนกรีต จำกัด
- #### ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า

5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดทุกด้านในระดับสำคัญมาก ในด้านความพึงพอใจพบว่ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดทุกด้านอยู่ในระดับค่อนข้างพอใจ
6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกแบบการจัดตั้งกิจการให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า แต่มีระดับความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจเป็นลำดับสุดท้าย ในเรื่อง การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขายที่มี และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาในการเป็นลูกค้า จะให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่องของชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่ยอมรับ แต่มีความพึงพอใจต่อบริการย่อยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น
7. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยย่อยในเรื่อง มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด ระยะเวลาการชำระสินค้านานกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และวิธีการชำระเงินที่หลากหลายและ

สะดวกสบาย แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จำนวนพนักงานในกิจการ 50 คนขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสด แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น

8. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท จำกัด และทุกระยะเวลาที่เป็นลูกค้าโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต และสภาพและความพร้อมของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น โดยเฉพาะปัจจัยย่อยในเรื่อง ความสะอาดเรียบร้อยของโรงงานผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าโรงงานฯ มากกว่า 5 ปี กลับมีระดับความพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ เท่านั้น

9. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่รูปแบบกิจการเป็นบริษัท จำกัด ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง การขายโดยใช้พนักงานขาย แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น และผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาเป็นลูกค้า 4-5 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานขายเอาใจใส่ลูกค้าดี และพนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้า แต่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านนี้อยู่ในระดับค่อนข้างพอใจเท่านั้น

10. ปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับน้อยแต่พบเป็นปัญหาลำดับแรกในแต่ด้านมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้าแพงกว่าต้นทุนที่ควรจะเป็น ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนดเวลา และด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง ราคา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสร้างความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากที่สุดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับพอใจอย่างมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจในเรื่อง การให้คำปรึกษาแนะนำ การบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการหลังการขาย ดังนั้น โรงงานแพคแพนไฮส์ สาขาจอมทอง ควรปรับปรุงการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะในเรื่องของบริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าต้องต่อเวลานัดหมาย นอกจากนั้นควรเน้นการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า พนักงานควรศึกษารายละเอียดผลิตภัณฑ์ และติดตามข่าวสารผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อจะได้แนะนำและนำเสนอให้ความรู้หรือรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทแก่ลูกค้า และให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ล่าสุดอย่างทันเวลา และโรงงานฯ ควรปรับปรุง พัฒนา รักษามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นการสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าต่อไป

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจเช่นกัน แต่มีปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้ายในเรื่อง ราคาคนกริตถูกกว่าเมื่อเทียบกับโรงงานหรือบริษัทอื่น และปัญหาที่พบน้อยลำดับแรกคือราคาสินค้าแพงกว่าต้นทุนที่ควรจะเป็น ดังนั้น โรงงานฯ ควรปรับปรุงโดยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคาให้เป็นที่พอใจคุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าซื้อ และควรมีการให้มีการต่อรองราคาและให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้ารายเก่าได้ โดยตั้งเงื่อนไขการขายที่เหมาะสม และอาจมีการให้ส่วนลดเฉพาะกรณีซื้อเงินสด มีการแบ่งระดับการให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าแต่ละประเภท โดยทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษ หรือสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณ โดยสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ เพื่อดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และรักษารฐานลูกค้าเก่า ลูกค้าที่เป็นสมาชิกด้วย โดยเฉพาะการมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อด้วยเงินสดสำหรับลูกค้าที่ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าน้อยกว่า 1 ปี

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับพอใจอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเมื่อจำแนกตาม รูปแบบกิจการ และระยะเวลาในการเป็นลูกค้า และจำนวนพนักงานในกิจการ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงต่อเวลา ดังนั้น โรงงานฯ ควรปรับปรุงการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าให้มีความรวดเร็วและตรงต่อเวลาทุกครั้งตามความเร่งด่วนของลูกค้าในแต่ละราย และควรเพิ่มความสะดวกในการติดต่อกับโรงงานผ่านช่องทางที่สามารถติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว เช่น สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ตลอดจนมีบริการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ให้ลูกค้าโดยให้ลูกค้าสามารถ

สอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลาเปิดทำการหรือหลังเวลาทำการของโรงงาน นอกจากนี้ควรมีการจัดทำแผนที่ลงจุดลงสินค้าให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับค่อนข้างพอใจ แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจจะพบว่ามีความพึงพอใจลำดับสุดท้ายในเรื่อง การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสารเกี่ยวกับวงการก่อสร้าง สมุดรายนามโทรศัพท์ เป็นต้น และพบปัญหาน้อยลำดับแรกคือในเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายเช่น ลดราคา แจกของกำนัล เป็นต้น ดังนั้น โรงงานฯ ควรปรับปรุงโดยมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อโฆษณาท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ลูกค้ารู้จักเพิ่มมากขึ้น และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในเทศกาลต่างๆ หรือลดราคาประจำปี และมีระบบสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษ หรือสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณ โดยสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ อีกทั้งควรมีของที่ระลึกแจกในช่วงเทศกาล เช่น วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมที่ให้บริษัทมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง