

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 150 ราย เก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.00 มีอายุ ระหว่าง 26 – 35 ปี ร้อยละ 44.67 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.33 รายได้ต่อเดือนอยู่ ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 47.33 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.67 จำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งสิ้น 4 คน ร้อยละ 40.67 ในบ้านพักอาศัยมีจำนวนเครื่องปรับอากาศ 1 เครื่อง ร้อยละ 38.67 เหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ “ เทรน TRANE ” คือ เป็นยี่ห้อ ที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 64.00 สื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด คือ การบอก ปากต่อปาก และเห็นชื่อบริษัท จากรถยนต์ของบริษัท ร้อยละ 59.33 เหตุผลในการเลือกใช้บริการ บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ คำแนะนำจากเพื่อน หรือญาติ ร้อยละ 48.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทอร์น TRANE” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ปัจจัยด้านราคา

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบ โอนและเช็ค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมาคือ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และสถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็วและสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ แคมเปญกระตุ้นคิดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อขาแขวน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ปัจจัยด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มนุษย์สัมพันธ์และอักษยาศัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่พบมากที่สุด 10 ลำดับแรก คือ มีผลิตภัณฑ์ให้เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 29.33 พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้ คิดเป็นร้อยละ 27.33 ที่จอร์จไม่สะดวก ขับแคบ มีน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.00 บริการเคลมอะไหล่ล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 18.00 พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 16.67 พนักงานไม่ได้แนะนำอาการทางเทคนิคต่างๆ ให้เข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 14.00 การตกแต่งพื้นที่ในร้านไม่สวย ไม่น่าสนใจ และการคิดค่าบริการนอก ระยะเวลาประกัน มีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 10.67 การให้บริการมีความผิดพลาด ทำให้ต้องมี

การแก้ไขตามมาภายหลัง คิดเป็นร้อยละ 10.00 และพนักงานไม่ได้แนะนำการใช้เครื่องปรับอากาศเบื้องต้น และต่อราคาไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 9.33

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.01) และการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน และ ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย“เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.17) และการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบ โอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.92) ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบ โอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.11) การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอก ระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.99) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงร้านได้สะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.89) และบริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.09) และบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คั่น) (ค่าเฉลี่ย 3.82) แคมเปญกระตุ้นคิดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คั่น) (ค่าเฉลี่ย 3.82) แคมเปญกระตุ้นคิดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) มนุษย์สัมพันธ์ และอัธยาศัยของพนักงาน และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.05) และวิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.95) และความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.47) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอและการตกแต่งภายในร้านค้ำกว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.22) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.08) และระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วยเงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.97) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วยเงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.92) การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วยเงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.15) การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอก ระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุด เรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) บริการสอบถามข้อมูลและ ตั้งชื่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งบริษัท สามารถเดินทางถึงร้านได้สะดวกรวดเร็วและสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด พร้อมทั้ง บริการสอบถามข้อมูลและตั้งชื่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริการสอบถามข้อมูลและตั้งชื่อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และสถานที่ตั้งบริษัท สามารถเดินทางถึงร้านได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถ บริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.83) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.73) และแถมอุปกรณ์ ติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ แคมเปญติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ได้แก่ การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.91) แคมเปญกระตุ้น การติดตั้ง เช่น กล้องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อ ครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอักษาสัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานให้ความสำคัญ และเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูล เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญ และเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) มนุษย์สัมพันธ์และอักษาสัยของพนักงาน และ วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และความชำนาญในการ ให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง ความมีมารยาทและ ความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และ อักษาสัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และพนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การ ติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความถูกต้อง ของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความรวดเร็ว ในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.00) กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.36) กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.52) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่นสะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.60) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลระดับของความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี)/หลังประกัน/ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.93) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และ สารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.23) คุณภาพด้านการทำความเย็น และระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี และการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.24) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.83) การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่

บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.96) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน และการคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.16) การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ปัจจัยด้านจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงร้านได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) และสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด และบริการสอบถามข้อมูล และสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.92) และบริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ และบริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงร้านได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.14) และสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.30) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.80) การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.73) และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คั่น) (ค่าเฉลี่ย 3.75) แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คั่น) (ค่าเฉลี่ย 3.94) แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอรรถศาสตร์ของพนักงาน และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และวิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอรรถศาสตร์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) และวิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า และการแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมนุษย์สัมพันธ์และอรรถศาสตร์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) และการให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้งซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว พร้อมทั้งช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.01) และความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และการรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะอาดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะอาดตา มีความน่าเชื่อถือ และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความ

ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50) ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะอาดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ลูกค้าของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแสดงความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ทรน “TRANE” อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของ มโนชญ์ แก้วดำ (2547) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านตราชื่อเครื่องปรับอากาศที่จำหน่ายมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมาก และอยู่ในอันดับแรกเช่นกัน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริการชำระเงินด้วยเงินสดและระบบเช็ค อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมาโนชญ์ แก้วดำ (2547) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการชำระเงินได้หลากหลายวิธี อยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวันชัย เจริญทอง (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านการชำระเงินได้หลากหลายวิธี ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านบริการจัดส่งสินค้าถึงที่อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านชลบุรีแอร์ เซอร์วิส ของวันชัย เจริญทอง (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการบริการจัดส่งสินค้า อยู่ในระดับ มากเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวันชัย เจริญทอง (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของบริษัท อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมนุษยสัมพันธ์และอรรถาธิบายของพนักงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวันชัย เจริญทอง (2551) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมนุษยสัมพันธ์และอรรถาธิบายของพนักงานอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมาโนชญ์ แก้วดำ (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องของการออกเอกสารและกระบวนการทำงานเป็นระบบ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของ บริษัท สมจิตร แอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด ของพรพิมล เกียรติรุ่งเรืองชัย (2548) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความถูกต้องของเอกสารต่างๆสามารถสร้างความเชื่อมั่น ได้อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้อย่างดี อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรพิมล เกียรติรุ่งเรืองชัย (2548) พบว่าบริษัทมีอุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงที่ได้รับการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักบริษัท เชียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จากการบอกปากต่อปาก และจากป้ายโฆษณาข้างรถบริษัท
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยด้านเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง
3. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา ต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 46 ปี

4. ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี พึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องสามารถ
ต่อรองราคาได้ ต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่ำสุด 10 อันดับแรกของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด

ลำดับ	ปัจจัย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	การส่งเสริมการตลาด	การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชั่นในเดือน โดยผ่านสื่อ โทรศัพท์, E-mail เป็นต้น	2.86 (ปานกลาง)
2	การส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.93 (ปานกลาง)
3	การส่งเสริมการตลาด	การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร	3.10 (ปานกลาง)
4	การส่งเสริมการตลาด	ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า	3.12 (ปานกลาง)
4	การส่งเสริมการตลาด	โปรโมชั่นนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่	3.12 (ปานกลาง)
5	การส่งเสริมการตลาด	การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น	3.31 (ปานกลาง)
6	ราคา	ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่าย อื่นๆ	3.35 (ปานกลาง)
7	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม	3.36 (ปานกลาง)
8	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ	3.38 (ปานกลาง)

ตารางที่ 40 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่ำสุด 10 อันดับแรกของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด

ลำดับ	ปัจจัย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
9	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ	3.41 (ปานกลาง)
10	การส่งเสริมการตลาด	การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก	3.43 (ปานกลาง)

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจสูงสุด 10 อันดับแรกของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด

ลำดับ	ปัจจัย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	ผลิตภัณฑ์และบริการ	ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทรน TRANE”	4.25 (มาก)
2	ผลิตภัณฑ์และบริการ	ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น	4.10 (มาก)
2	กระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	4.10 (มาก)
2	กระบวนการให้บริการ	กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบโดยมี เอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้งและตรวจ สอบการทำงานหลังติดตั้ง	4.10 (มาก)

ตารางที่ 41 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจสูงสุด 10 อันดับแรกของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด

ลำดับ	ปัจจัย	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3	ผลิตภัณฑ์และบริการ	ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”	4.05 (มาก)
4	การจัดจำหน่าย	บริการจัดส่งสินค้าถึงที่	4.03 (มาก)
5	ผลิตภัณฑ์และบริการ	คุณภาพด้านการทำความเย็น	4.02 (มาก)
5	บุคลากร	มนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน	4.02 (มาก)
6	กระบวนการให้บริการ	ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	4.01 (มาก)
7	ราคา	บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบ โอนและเช็ค	4.00 (มาก)
8	ผลิตภัณฑ์และบริการ	การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.99 (มาก)
8	บุคลากร	พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความ ต้องการลูกค้า	3.99 (มาก)
9	ผลิตภัณฑ์และบริการ	บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้าง แอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลัง ประกัน/ ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำระ	3.97 (มาก)
9	บุคลากร	ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำ ร้าน เช่น การติดตั้ง บริการแอร์ บริการซ่อมบำรุง	3.97 (มาก)
10	การจัดจำหน่าย	บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.96 (มาก)

5. ปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด 5 อันดับแรก ได้แก่ ผลผลิตที่มีให้เลือกน้อย รองลงมาคือ ผลผลิตที่มีราคาแพง พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้ ที่จอดรถไม่สะดวก คับแคบ มีน้อย และบริการเคลมอะไหล่ล่าช้า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายพร้อมทั้งสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

โดยทางบริษัทควรให้ความสำคัญในการที่จะพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดอย่างเร่งด่วนเนื่องจากพบว่า ปัจจัยด้านดังกล่าวผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลางเพียงปัจจัยเดียว พร้อมทั้งนี้ผู้ศึกษายังให้ความสำคัญที่จะเน้นในปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้านอื่นๆ ให้มีความพึงพอใจให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่จำต้องแก้ไขและพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. บริษัทควรทำการปรับปรุงข้อมูลของลูกค้าทั้งในอดีต ลูกค้าปัจจุบัน หรือเริ่มจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าขึ้นใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคต โดยเก็บข้อมูลในส่วนที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ E-mail ประวัติการซื้อ การใช้บริการ เป็นต้น และหากมีกิจกรรมทางการตลาดใดๆ หรือรายการส่งเสริมการขายเกิดขึ้น ควรดำเนินการแจ้งข่าวสารไปยังลูกค้าทุกท่านทราบโดยทั่วถึงกัน

2. บริษัทควรทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ว่ากลุ่มลูกค้าบริษัทเป็นใคร กลุ่มไหน มีพฤติกรรมการรับสื่ออย่างไร และวางกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ใหม่เพื่อให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น โดยพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสม คิดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ในการโฆษณาเช่นการ โฆษณาเพื่อแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมต่างๆ การโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจการส่งเสริมการขาย หรือการโฆษณาเพื่อแจ้งข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น

3. บริษัทควรให้ความสำคัญกับของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า โดยพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (Customer Want) โดยอาจทำแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อสอบถามว่าต้องการของสมนาคุณเป็นอะไร หลังจากนั้นก็ควรหาแหล่งที่ซื้อหรือผู้ผลิต โดยเน้นในด้านคุณภาพของสินค้า (Product Quality) และสุดท้ายพยายามสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในใจลูกค้า (Customer Value) โดยพยายามทำให้ลูกค้ามองว่าถึงแม้ว่าจะเป็นเพียงแค่ของสมนาคุณ แต่มีคุณค่ามากโดยพยายามเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่ลูกค้า

4. บริษัทควรกำหนดขั้นตอนการสาธิตการทำงานของเครื่องปรับอากาศ ให้เป็น 1 ในขั้นตอนการทำงานของพนักงานขาย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้นพร้อมควรมีการควบคุมโดยการทำให้แบบสอบถามประเมินการปฏิบัติการของพนักงานขายว่าได้ดำเนินการหรือไม่ หากไม่ดำเนินการ อาจมีบทลงโทษ อาทิเช่น การหักค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น

5. จากนโยบายการตั้งราคาของบริษัท หากไม่สามารถลดราคาได้ บริษัทอาจทำการหลีกเลี่ยงการลดราคาโดยการให้ของแถมแทน โดยพิจารณาของแถม ที่นำมาให้ควรเป็นของที่ลูกค้าต้องการ อาทิเช่น การแถมอุปกรณ์ติดตั้ง ขาดัง ท่อไฟ เป็นต้น หรือ บริการทำความสะอาดแอร์ฟรี จากปกติ 1 ปี เป็น 2 ปี เป็นต้น

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

1. บริษัทควรออกแบบตกแต่งหน้าร้านให้มีจุดเด่น สร้างความน่าสนใจให้แก่ลูกค้า หรือผู้สัญจรไปมา โดยอาจสร้างจุดเด่นโดยการจัดทำตุ๊กตาสัญลักษณ์ (Mascot) ไว้หน้าร้าน พร้อมทั้งควรออกแบบตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้าสร้างบรรยากาศให้น่าสนใจมากขึ้น โดยทำพื้นที่จัดเรียงสินค้าในแต่ละรุ่นให้อยู่ในระดับสายตา และสามารถเดินดูได้โดยรอบ โดยมีข้อมูลรายละเอียดประกอบไว้ด้านข้างทุกตัว พร้อมทั้งนี้อาจสร้างความน่าสนใจให้กับทางร้านมากขึ้น โดยการจำลองห้องที่ใช้สำหรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ อาทิเช่น ห้องนอน ห้องครัว ห้องทำงาน ห้องรับแขก เป็นต้น เพื่อสร้างจินตนาการให้แก่ลูกค้าและเพื่อช่วยในการตัดสินใจได้เร็วยิ่งขึ้น

2. บริษัทควรจัดหาที่จอดรถไว้บริการแก่ลูกค้า ถ้าหากทางร้านไม่มีที่จอดรถเพียงพอ อาจมีการเช่าพื้นที่ไว้สำหรับรองรับลูกค้าและทำป้ายประกาศว่า “ที่จอดรถสำหรับลูกค้าร้านเจียงแอนด์ซันส์” เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้

ด้านราคา

1. บริษัทควรที่จะทำการสำรวจราคาเครื่องปรับอากาศ ในตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นว่ามีราคาเป็นอย่างไร พร้อมทั้งวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ราคาใหม่ หากพบว่า ราคาสูงกว่าคู่แข่งจริงบริษัทควรมีแนวทางแก้ไขดังนี้ 1) ปรับลดราคาลงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ 2) ไม่ลดราคาแต่ทำการเพิ่มบริการเสริมพิเศษอื่นๆ เข้ามาโดยให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป 3) สร้างจุดแข็งด้านอื่น เช่น การบริการด้วยพนักงานที่ดี การดูแลเอาใจใส่ ด้วยบริการที่เป็นเลิศ เพื่อนำจุดแข็ง (Strength) มาลบจุดอ่อน (Weakness) ออกไป เป็นต้น และควรทำการสื่อสารการตลาดให้ลูกค้ารับรู้ด้วย

2. ควรจัดทำป้ายราคาใหม่ที่มีความโดดเด่นและเห็นได้ชัดเจน โดยติดไว้กับเครื่องปรับอากาศแต่ละรุ่น พร้อมทั้งนี้อาจทำบอร์ดประชาสัมพันธ์รวมผลิตภัณฑ์แต่ละรุ่นไว้ ณ มุมใดของร้าน โดยการระบุรายละเอียดตัวผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ คุณสมบัติพิเศษต่างๆ รวมถึงราคาระบุ

ไว้ให้ชัดเจน เป็นต้น พร้อมทั้งทางบริษัทควรมีบริการรับชำระเงินด้วยระบบบัตรเครดิตเพื่อให้บริการลูกค้าด้วย เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการชำระเงิน

ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี พึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องสามารถต่อรองราคาได้ ต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายบริษัทว่าจะสามารถลดราคาได้มากน้อยเพียงใด แต่หากไม่สามารถลดราคาได้ ควรทำการแถมอุปกรณ์ติดตั้งให้กับลูกค้าแทน เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน หรือ อาจแถมรางไฟ เป็นพิเศษกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น เพราะผลการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าดังกล่าวพึงพอใจต่อการแถมอุปกรณ์ติดตั้งอยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย

1. บริษัทควรทำการว่าจ้างสถาปนิก หรือ ผู้ออกแบบตกแต่งภายในมาช่วยในการวางแบบแผนผังร้านให้มีความเหมาะสมมากขึ้น โดยคำนึงถึงพื้นที่ใช้สอย พื้นที่การจัดแสดงสินค้าให้มีความกว้างขวางและน่าสนใจ

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที ผู้ตอบแบบสอบถามยังพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำอยู่ ซึ่งความไม่พร้อมนั้นอาจจะเกิดจาก

- 1) พนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ
- 2) การการปฏิบัติงานล่าช้า ทำให้เกิดความไม่พร้อมในการให้บริการลูกค้ารายต่อไป
- 3) ความรู้ของพนักงานในเรื่องตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความไม่พร้อมในการขาย

ดังนั้นทางบริษัทควรแก้ไขโดยการรับสมัครพนักงานเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าและมีความพร้อมต่อการขายทุกเวลา และควรทำการฝึกอบรม ให้ความรู้ในตัวสินค้าแต่ละรุ่นสามารถที่จะอธิบายได้อย่างคล่องแคล่วรวดเร็ว รวมถึงการจัดลำดับการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น เพื่อช่วยให้การขายไม่เกิดการติดขัดใดๆ และพร้อมในการให้บริการลูกค้ารายต่อไปได้อย่างรวดเร็ว

ด้านผลิตภัณฑ์

1. บริษัทควรนำเสนอโปรแกรม Load Calculation ทั้งในเรื่องของคุณสมบัติประโยชน์ ให้ลูกค้าได้รับรู้ และสร้างเป็นกระบวนการทำงานหลักสำหรับการคำนวณโหลดให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าสำหรับการเลือกเครื่องปรับอากาศที่เหมาะสมต่อไป

2. บริษัทควรทำการส่งสินค้ามาเป็นตัวโชว์ในทุกพื้นที่บริษัทเทรนมีจำหน่าย ส่วนในเรื่องความรวดเร็วในการเคลมอะไหล่ นั้น บริษัทควรดำเนินการในทุกชั้นตอนด้วยความเร่งด่วน

ตั้งแต่วันรับคำสั่งเคลม การส่งอุปกรณ์ชิ้นส่วนเคลมบริษัท รวมถึง การประสานงานและตามงาน ให้แก่ลูกค้า ด้วยความรวดเร็ว พร้อมทั้งนี้ควรกำหนดเป็นระยะเวลาที่แน่นอนที่ลูกค้าจะได้รับด้วย โดยมีการกำหนดชื่อพนักงาน

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะดุดตา ต่ำกว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปี ลงมาดังนั้นในกรณีที่ลูกค้าสูงอายุ เข้ามาทำการซื้อเครื่องปรับอากาศที่ร้านอาจทำการแนะนำรุ่นที่มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย หรือ ในกรณีที่บริษัทได้จัดทำโปรโมชั่นพิเศษ อาจทำการเสนอแอร์รุ่นพิเศษให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเน้นรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะดุดตา เป็นต้น

ด้านบุคลากร

1. บริษัทควรพิจารณาในเรื่องปริมาณงาน และปริมาณคน ควรที่จะมีความเหมาะสมสอดคล้องกัน หากพบว่าพนักงานไม่เพียงพอควรที่จะทำการสรรหา คัดเลือกพนักงานในแต่ละตำแหน่งไว้เพื่อรองรับการทำงาน เพราะถ้าหากพนักงานไม่พออาจจะเกิดผลกระทบในหลายๆ ด้านตามมา อาทิเช่น ความล่าช้าของการให้บริการ ความพร้อมในการให้บริการทันที และอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้บริการร้านอื่นแทน

นอกจากนั้นผู้ตอบแบบสอบถามยังพบปัญหาในเรื่องพนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้ ซึ่งเป็นปัญหา ใน 5 อันดับแรกดังนั้นทางบริษัทควรกำหนดรูปแบบการทำงานของแผนกจัดส่งให้มีระบบการนัดหมายที่เที่ยงตรงมากขึ้น โดยอาจจัดทำบอร์ดการนัดลูกค้าโดยเพื่อเวลาผิดพลาดได้อย่างน้อย 20-30 นาที