

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 60 ชุด และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน ตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้าผลิต ระยะเวลาที่ซื้อสินค้า ประเภทของปูนพลาสติกที่ใช้งาน ปริมาณการใช้ปูนพลาสติกต่อเดือน ฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อปูนพลาสติก และตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนพลาสติก แสดงดังตารางที่ 1-8

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมล คิงพลาสติก จำกัด ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด แสดงดังตารางที่ 9-12

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยาม โมล คิงพลาสติก จำกัด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด แสดงดังตารางที่ 13-16

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของลูกค้า โดยมีการละเอียดดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	32	53.30
ชาย	28	46.70
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.30 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าแผนกแบบพิมพ์/โมล	25	41.70
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	14	23.30
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	11	18.30
ผู้จัดการฝ่ายผลิต	6	10.00
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิต	2	3.30
กรรมการบริหาร	1	1.70
เจ้าของกิจการ	1	1.70
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติงานในตำแหน่ง หัวหน้าแผนกแบบพิมพ์/โมลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.70 รองลงมาได้แก่ เจ้าหน้าที่จัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.30 ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 18.30 ผู้จัดการฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 3.30 กรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 1.70 และเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้าผลิต

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	54	90.00
สุขภัณฑ์	5	8.30
แบบพิมพ์ฟัน	1	1.70
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาได้แก่ ประเภทสุขภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 8.30 และ ประเภทแบบพิมพ์ฟัน คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อสินค้า

ระยะเวลาที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
0 – 3 ปี	25	41.70
4 – 6 ปี	21	35.00
7 – 9 ปี	14	23.30
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาที่ซื้อสินค้า 0 – 3 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.70 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาที่ซื้อสินค้า 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ ระยะเวลาที่ซื้อสินค้า 7 – 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.30 ตามลำดับ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของปูนปลาสเตอร์ที่ใช้ในงาน

ประเภทของปูนปลาสเตอร์ที่ใช้ในงาน	จำนวน	ร้อยละ
งานแม่แบบ	45	75.00
งานหล่อและงานหล่อที่ใช้แรงดัน	38	63.33
งานจิ๊กเกอร์ริงและโรลเลอร์เฮด	21	35.00
งานแรมเพรส	12	20.00
อื่น ๆ	2	3.33
งานแบบพิมพ์พื้น	1	1.67

หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ปูนปลาสเตอร์สำหรับทำคูกตาหล่อ  
: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ปูนปลาสเตอร์ประเภทงานแม่แบบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาได้แก่ งานหล่อและงานหล่อที่ใช้แรง คิดเป็นร้อยละ 63.33 งานจิ๊กเกอร์ริงและโรลเลอร์เฮด คิดเป็นร้อยละ 35.00 งานแรมเพรส คิดเป็นร้อยละ 20.00 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.33 และงานแบบพิมพ์พื้น คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน

ปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
0 – 20 ตัน	39	65.00
21 – 50 ตัน	11	18.33
51 – 100 ตัน	7	11.67
101 – 150 ตัน	0	0.00
151 – 200 ตัน	3	5.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน 0-20 ตัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน 21 – 50 ตัน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน 51 – 100 ตัน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และปริมาณการใช้ปุ๋ยพลาสติกต่อเดือน 151 – 200 ตัน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยพลาสติก

ฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหาร	38	63.30
ฝ่ายผลิต	20	33.30
ฝ่ายบริหาร	2	3.30
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าฝ่ายที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยพลาสติก ได้แก่ ฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหาร คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาได้แก่ ฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 33.30 และฝ่ายบริหาร คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์

ตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการโรงงาน	25	41.70
เจ้าของกิจการ	21	35.00
ผู้จัดการแผนก	14	23.30
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ได้แก่ผู้จัดการโรงงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมาได้แก่ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 35.30 และ ผู้จัดการแผนก คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดของบริษัท สยามโมเดิร์นฟู้ด จำกัด

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริษัท สยามโมเดิร์นฟู้ด จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความหลากหลายของชนิดสินค้า	0	0.00	36	60.00	23	38.33	1	1.67	0	0.00	60	100	3.58	มาก
คุณภาพสินค้า	0	0.00	41	68.33	18	30.00	1	1.67	0	0.00	60	100	3.67	มาก
สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน	6	10.00	51	85.00	3	5.00	0	0.00	0	0.00	60	100	4.05	มาก
มีการพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง	10	16.67	30	50.00	20	33.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.83	มาก
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	7	11.67	48	80.00	5	8.33	0	0.00	0	0.00	60	100	4.03	มาก
การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ แพคเกจ	2	3.33	28	46.67	22	36.67	8	13.33	0	0.00	60	100	3.40	ปานกลาง
ขนาดบรรจุของสินค้า	8	13.33	44	73.33	8	13.33	0	0.00	0	0.00	60	100	4.00	มาก
ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า	1	1.67	43	71.67	16	26.67	0	0.00	0	0.00	60	100	3.75	มาก
มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า	8	13.33	44	73.33	8	13.33	0	0.00	0	0.00	60	100	4.00	มาก
สินค้ามีการระบุชื่อทางการผลิตชัดเจน	17	28.33	41	68.33	2	3.33	0	0.00	0	0.00	60	100	4.25	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม												3.86	มาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 – 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.86) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน (4.25) สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน (4.05) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (4.03) ขนาดบรรจุของสินค้า (4.00) มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า (4.00) มีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง (3.83) ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า (3.75) คุณภาพสินค้า (3.67) ความหลากหลายของชนิดสินค้า (3.58) และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท (3.40)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved





จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ ดังนี้ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน (4.32) วิธีการชำระเงิน (3.73) มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน (3.72) และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาการยื่นราคาสินค้า (3.48) ระยะเวลาการชำระเงิน/ เครดิตเทอม (3.45) และราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ น่าเชื่อถือ (3.43)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท สยามโมเลคูลาร์ จำกัด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ												แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ ติดต่อประสานงาน	0	0.00	51	85.00	9	15.00	0	0.00	0	0.00	60	100	3.85	มาก
ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/ วิศวกรขาย	1	1.67	45	75.00	14	23.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.78	มาก
ความพร้อมของสินค้าในสต็อก	1	1.67	9	15.00	33	55.00	17	28.33	0	0.00	60	100	2.90	ปานกลาง
ส่งสินค้าได้ตามกำหนด	1	1.67	29	48.33	30	50.00	0	0.00	0	0.00	60	100	3.52	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ	14	23.33	45	75.00	1	1.67	0	0.00	0	0.00	60	100	4.22	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ	7	11.67	44	73.33	9	15.00	0	0.00	0	0.00	60	100	3.97	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	7	11.67	39	65.00	14	23.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.88	มาก
ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	7	11.67	40	66.67	13	21.67	0	0.00	0	0.00	60	100	3.90	มาก
มีกระบวนการในการขายสินค้าง่ายและสะดวก	0	0.00	39	65.00	14	23.33	0	0.00	7	11.67	60	100	3.42	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม												3.72	มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 – 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ (4.22) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ (3.97) ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (3.90) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.88) ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า/ ติดต่อประสานงาน (3.85) ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.78) ส่งสินค้าได้ตามกำหนด (3.52) และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีกระบวนการในการขายสินค้าน่าง่ายและสะดวก (3.42) และความพร้อมของสินค้าในสต็อก (2.90)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของบริษัท สยามโมเลคูลาร์ ฟอสเฟต จำกัด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												แปลผล	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร	0	0.00	10	16.67	50	83.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.17	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เช่น แคตตาล็อก	0	0.00	12	20.00	48	80.00	0	0.00	0	0.00	60	100	3.20	ปานกลาง
มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย	2	3.33	50	83.33	8	13.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.90	มาก
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ	2	3.33	49	81.67	9	15.00	0	0.00	0	0.00	60	100	3.88	มาก
มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่อง ปูนฟอสเฟต	7	11.67	30	50.00	16	26.67	7	11.67	0	0.00	60	100	3.62	มาก
ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	1	1.67	52	86.67	7	11.67	0	0.00	0	0.00	60	100	3.90	มาก
ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อย	2	3.33	51	85.00	7	11.67	0	0.00	0	0.00	60	100	3.92	มาก
ความรู้/ สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย	0	0.00	55	91.67	5	8.33	0	0.00	0	0.00	60	100	3.92	มาก
ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย	0	0.00	56	93.33	4	6.67	0	0.00	0	0.00	60	100	3.93	มาก
ความดีในการเข้าเขียนเขียนของผู้แทนขาย/วิศวกร ขาย	2	3.33	15	25.00	30	50.00	13	21.67	0	0.00	60	100	3.10	ปานกลาง
มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการ ใช้จริง	7	11.67	45	75.00	1	1.67	0	0.00	7	11.67	60	100	3.75	มาก
มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการ ติดต่อ	3	5.00	36	60.00	14	23.33	0	0.00	7	11.67	60	100	3.47	ปานกลาง

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของบริษัท สยามโมเลคูลิงฟอสเตอร์ จำกัด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ยรวม			
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		รวม			ค่าเฉลี่ย	แปดผล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ	2	3.33	36	60.00	8	13.33	7	11.67	7	11.67	0	0.00	60	100	3.32	ปานกลาง
สามารถรักษาความลับของลูกค้า	0	0.00	58	96.67	2	3.33	0	0.00	0	0.00	60	100	60	100	3.97	มาก
รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไขการเปลี่ยนสินค้า	1	1.67	31	51.67	21	35.00	7	11.67	0	0.00	60	100	60	100	3.43	ปานกลาง
มีเอกสารแนะนำสินค้า/คู่มือการใช้งาน	0	0.00	29	48.33	15	25.00	9	15.00	7	11.67	60	100	60	100	3.10	ปานกลาง
สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา	15	25.00	43	71.67	2	3.33	0	0.00	0	0.00	60	100	60	100	4.22	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>													<b>3.64</b>	<b>มาก</b>		

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 - 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 - 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 - 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 - 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา (4.22) สามารถรักษาความลับของลูกค้า (3.97) ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.93) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพุดจาสุภาพเรียบร้อย (3.92) ความรู้/สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.92) มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.90) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (3.90) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง (3.88) มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง (3.75) มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสติก (3.62) และปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ (3.47) รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า (3.43) มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ (3.32) มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ (3.20) มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ (3.17) ความถี่ในการเข้าเยี่ยมชมของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.10) และมีเอกสารแนะนำสินค้า/คู่มือการใช้งาน (3.10)

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า**

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ บริษัท สยามโมลติงพลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า			ค่าเฉลี่ย แปลผล
	เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	สุขภัณฑ์	แบบพิมพ์พื้น	
ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.62 มาก	3.40 ปานกลาง	2.00 น้อย	3.58 มาก
คุณภาพสินค้า	3.74 มาก	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.67 มาก
สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.05 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.05 มาก
มีการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง	3.90 มาก	3.20 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.83 มาก
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.12 มาก	3.20 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	4.03 มาก
การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท	3.38 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.40 ปานกลาง
ขนาดบรรจุของสินค้า	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า	3.74 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก
มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า	4.01 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
สินค้ามีการระบุ ลีอท การผลิตชัดเจน	4.27 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.25 มาก
ค่าเฉลี่ย แปลผล	3.88 มาก	3.58 มาก	3.50 มาก	3.86 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 - 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด



จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.88) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน (4.27) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (4.12) สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน (4.05) มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า (4.01) ขนาดบรรจุของสินค้า (4.00) มีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง (3.90) คุณภาพสินค้า (3.74) ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า (3.74) และความหลากหลายของชนิดสินค้า (3.62)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน (4.00) ขนาดบรรจุของสินค้า (4.00) สินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน (4.00) ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า (3.80) และมีใบรับประกันคุณภาพสินค้า (3.80)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์พื้นมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.50) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สินค้ามีความปลอดภัยในการใช้งาน (4.00) การบรรจุหีบห่อของสินค้า/ พาเลท (4.00) ขนาดบรรจุของสินค้า (4.00) ความสะดวกในการใช้งานของสินค้า (4.00) มีใบรับประกันคุณภาพสินค้า (4.00) และสินค้ามีการระบุชื่อการผลิตชัดเจน (4.00)

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ของบริษัท สยาม โมลคิง พลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า			ค่าเฉลี่ย แปลผล
	เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	สุขภัณฑ์	แบบพิมพ์พื้น	
ราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ น่าเชื่อถือ	3.37 ปานกลาง	4.20 มาก	3.00 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
ระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า	3.51 มาก	3.00 ปานกลาง	4.00 มาก	3.48 ปานกลาง
มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน	3.72 มาก	3.60 มาก	4.00 มาก	3.72 มาก
มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงิน ที่ชัดเจน	4.35 มาก	3.00 ปานกลาง	4.00 มาก	4.32 มาก
ระยะเวลาการชำระเงิน/ เครดิตเทอม	3.44 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.45 ปานกลาง
วิธีการชำระเงิน	3.75 มาก	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.73 มาก
ค่าเฉลี่ย แปลผล	3.69 มาก	3.43 ปานกลาง	3.83 มาก	3.69 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 - 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน (4.35) วิธีการชำระเงิน (3.75) มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน (3.72) และระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า (3.51)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ราคาจำหน่ายของสินค้าเหมาะสม/ น่าเชื่อถือ (4.20) และมีการแจ้งราคาที่ชัดเจน (3.60)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์พื้นมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.83) โดยปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ระยะเวลาขึ้นราคาสินค้า (4.00) มีการแจ้งราคาที่ชัดเจน (4.00) มีการแจ้งยอดและเวลาการชำระเงินที่ชัดเจน (4.00) ระยะเวลาการชำระเงิน/ เครดิตเทอม (4.00) และวิธีการชำระเงิน (4.00)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า			ค่าเฉลี่ย แปลผล
	เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	สุขภัณฑ์	แบบพิมพ์พื้น	
ความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ ติดต่อประสานงาน	3.87 มาก	3.60 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก
ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทน ขาย/วิศวกรขาย	3.83 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	3.78 มาก
ความพร้อมของสินค้าในสต็อก	2.17 น้อย	3.20 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.90 น้อย
ส่งสินค้าได้ตามกำหนด	3.50 มาก	3.80 มาก	3.00 ปานกลาง	3.52 มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ	4.24 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.22 มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ	4.00 มาก	3.60 มาก	4.00 มาก	3.97 มาก
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.89 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก
ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า	3.89 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
มีกระบวนการในการขายสินค้าง่ายและ สะดวก	3.37 ปานกลาง	3.80 มาก	4.00 มาก	3.42 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย แปลผล	3.64 มาก	3.78 มาก	3.78 มาก	3.72 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 - 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ (4.24) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ (4.00) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.89) ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (3.89) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ติดต่อประสานงาน (3.87) ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.83) และส่งสินค้าได้ตามกำหนด (3.50)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.20) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ (4.00) ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (4.00) ส่งสินค้าได้ตามกำหนด (3.80) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.80) มีกระบวนการในการขายสินค้าง่ายและสะดวก (3.80) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า/ติดต่อประสานงาน (3.60) และจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ (3.60)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทแบบพิมพ์พื้นมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า/ติดต่อประสานงาน (4.00) ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามชนิดที่สั่งซื้อ (4.00) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามจำนวนที่สั่งซื้อ (4.00) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.00) ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า (4.00) และมีกระบวนการในการขายสินค้าง่ายและสะดวก (4.00)

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิง พลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า			ค่าเฉลี่ย แปลผล
	เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	สุขภัณฑ์	แบบพิมพ์พื้น	
มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร	3.17 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เช่น แคตาล็อก	3.22 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย	3.87 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ	3.93 มาก	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.88 มาก
มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่อง ปูนพลาสติก	3.63 มาก	3.40 ปานกลาง	4.00 มาก	3.62 มาก
ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.87 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อย	3.87 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก
ความรู้/สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย	3.93 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก
ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/ วิศวกรขาย	3.93 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก
ความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/ วิศวกรขาย	3.34 ปานกลาง	4.00 มาก	4.00 มาก	3.10 ปานกลาง
มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง	4.06 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก
มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ	3.37 ปานกลาง	4.40 มาก	4.00 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่าง รวดเร็วและสม่ำเสมอ	3.22 ปานกลาง	4.20 มาก	4.00 มาก	3.32 ปานกลาง

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของ บริษัท สยาม โมลคิงพลาสเตอร์ จำกัด จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้า			ค่าเฉลี่ย แปลผล
	เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	สุขภัณฑ์	แบบพิมพ์พื้น	
สามารถรักษาความลับของลูกค้า	3.96 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.97 มาก
รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไขการ เปลี่ยนคืนสินค้า	3.37 ปานกลาง	4.00 มาก	4.00 มาก	3.43 ปานกลาง
มีเอกสารแนะนำสินค้า/ คู่มือการใช้งาน	3.11 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	2.00 น้อย	3.10 ปานกลาง
สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา	4.26 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	4.22 มาก
ค่าเฉลี่ย แปลผล	3.65 มาก	3.86 มาก	3.76 มาก	3.64 มาก

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด 3.50 – 4.49 พึงพอใจมาก 2.50 – 3.49 พึงพอใจปานกลาง 1.50 – 2.49 พึงพอใจน้อย 1.00 - 1.49 พึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา (4.26) มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง (4.06) สามารถรักษาความลับของลูกค้า (3.96) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ (3.93) ความรู้/สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.93) ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.93) มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.87) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (3.87) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อย (3.87) และมีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสเตอร์ (3.63)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.86) โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ (4.40) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อย (4.40) สามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา (4.40) มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.20) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.20) มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ (4.20) ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) ความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) สามารถรักษาความลับของลูกค้า (4.00) รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า (4.00) ความรู้/สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (3.80) และมีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง (3.80)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทพิมพ์พื้นมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.76) โดยปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) มีการจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ (4.00) มีผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้คำปรึกษาในเรื่องปูนพลาสเตอร์ (4.00) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายแต่งกายสุภาพเรียบร้อย (4.00) ผู้แทนขาย/วิศวกรขายพูดจาสุภาพเรียบร้อย (4.00) ความรู้/สามารถของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) ความเอาใจใส่ติดตามงานของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) ความถี่ในการเข้าเยี่ยมเยียนของผู้แทนขาย/วิศวกรขาย (4.00) มีการแนะนำการใช้สินค้าก่อนการใช้จริง (4.00) มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อ (4.00) มีการให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ (4.00) สามารถรักษาความลับของลูกค้า (4.00) รับผิดชอบต่อความบกพร่อง/เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า (4.00) และสามารถสืบประวัติสินค้าได้เมื่อมีปัญหา (4.00)



#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของลูกค้า

1. ถุงปูนก่อนข้างแคะยากเมื่อใช้มีดปาดมักมีเศษถุงปูนตกลงในเนื้อปูน จำนวน 1 ราย
2. เอกสารประกอบสินค้าหรือคู่มือควรมีรายละเอียดแนะนำการใช้งานที่ละเอียดทุกขั้นตอนการใช้งาน จำนวน 1 ราย
3. การจัดส่งใบกำกับภาษีล่าช้า จำนวน 1 ราย
4. ควรมีการปรับราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ จำนวน 1 ราย
5. ในแต่ละพลาทควรบรรจุจำนวนเท่ากันเพื่อความสะดวกในการตรวจนับ จำนวน 1 ราย
6. เอกสารกำกับสินค้าจำนวนไม่ตรงกับของจริง จำนวน 1 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved