

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม การตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ซึ่งผลการวิจัยนี้ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสม การตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดวินเตอร์เทค และเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อที่จะสามารถรักษาผู้ตอบแบบสอบถามและเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้

การดำเนินการวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ ผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ทั้งหมด จำนวน 278 ราย (ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค,2556) และสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 257 ราย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้จะใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และใช้สถิติทดสอบที (t-test) แบบ paired samples สำหรับในบทนี้จะได้ดำเนินการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะตามขั้นตอนดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 257 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.75 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.03 มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 62.26 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.92 และมีตำแหน่งงานเป็นผู้ช่วย / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 53.31 สำหรับรูปแบบขององค์กรธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 70.82 มีทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ 1 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 64.59 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.30 มีรายได้ในการดำเนินธุรกิจต่อปี 15,000,001 -

20,000,0000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.74 ส่วนเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ตามผู้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 42.41 โดยจะซื้ออุปกรณ์การพิมพ์จากผู้ขายหลายราย คิดเป็นร้อยละ 87.94 มีความถี่ในการซื้อสินค้ากับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ตั้งแต่ 1 – 3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 47.86 สำหรับอุปกรณ์การพิมพ์ที่ซื้อกับห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทคมากที่สุด คือ เคมีต่างๆคิดเป็นร้อยละ 81.71 และรับรู้จริงข้อมูลสินค้าจากพนักงานขายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค คิดเป็นร้อยละ 92.22

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความแตกต่างของความคาดหวังเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับจริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

1. ความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ค่าเฉลี่ย = 4.31 โดยมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย = 4.37 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย = 4.34 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย = 4.32 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 4.21 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.34 โดยมีความคาดหวังในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.47 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.33 และมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่ายระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.21 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.32 โดยมีความคาดหวังในเรื่องการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.53 เป็นอันดับแรก และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ค่าเฉลี่ย = 4.26 และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย = 4.17 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ย = 4.63 และสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย = 4.59 และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องการมีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ย = 4.48 การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.29 สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย = 3.68 และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย = 3.58 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.37 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุดเพียง 1 ข้อ ได้แก่ เรื่องมีการบริการหลังการขาย ค่าเฉลี่ย = 4.54 และมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 4.49 มีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย = 4.46 มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า ค่าเฉลี่ย = 4.28 และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 4.05 ตามลำดับ

2. การรับรู้จริงต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.75 โดยมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกด้านในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.84 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย = 3.79 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 3.69 และด้านราคา ค่าเฉลี่ย = 3.67 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.84 โดยมีการรับรู้จริงในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีการรับรู้จริงในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 3.98 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย = 3.83 และการมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย ค่าเฉลี่ย = 3.69 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านราคาของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.67 โดยมีการรับรู้จริงในปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม ค่าเฉลี่ย = 3.94 และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ย = 3.63 และมีการรับรู้จริงอยู่ในระดับปานกลางเพียงข้อเดียว คือ เรื่องการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ค่าเฉลี่ย = 3.44 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.69 โดยมีการรับรู้จริงอยู่ในระดับมาก 4 ข้อ ได้แก่ เรื่องการส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ย = 4.16 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย = 3.98 มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อมีการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ย = 3.89 และการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.70 และมีการรับรู้จริงอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ เรื่องของสถานที่ตั้งห้างและสะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย = 3.21 และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย = 3.19 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้จริงต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.79 โดยมีการรับรู้จริงในทุกข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีการรับรู้จริงในเรื่องมีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 3.91 เป็นอันดับแรก อันดับรองลงมา ได้แก่ มีการบริการหลังการขาย และมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย = 3.86 มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า ค่าเฉลี่ย = 3.76 และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับน้องอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย = 3.54 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน (-0.56) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา (-0.65) เป็นอันดับแรก ด้านการส่งเสริมการตลาด (-0.58) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.52) และด้านผลิตภัณฑ์ (-0.50) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค (-0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.52) เป็นอันดับแรก การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.50) และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.49) ตามลำดับ

บัณฑิตด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านราคา โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค (-0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.82) เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.58) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.54) ตามลำดับ

บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค (-0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยด้าน สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็วเป็นอันดับแรก (-0.61) การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.59) มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.58)) ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลากับ สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.47) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.39) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค (-0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการหลังการขาย (-0.69) เป็นอันดับแรก การจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.60) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.58) สุดท้ายคือ มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า กับ มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.52)

ตอนที่3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ และผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

1) ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน (-0.57) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา (-0.62) เป็นอันดับแรก ด้านการส่งเสริมการตลาด(-0.60) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.54) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ (-0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.57) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.53) และมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แปรนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.52) ตามลำดับลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ (-0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.75) เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.58) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.53) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ (-0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อย่อยด้าน สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็วเป็นอันดับแรก (-0.65) การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.63) มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.58) สถานที่ตั้งห่างไกลและสะดวกในการเดินทาง (-0.50) ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา(-0.48)และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.40) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ (-0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อย่อยด้านการบริการหลังการขาย (-0.72) เป็นอันดับแรก มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.63) การจัดPromotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.59) มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ (-0.57)และมีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.47) ตามลำดับ

2) ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ตามรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน (-0.53)โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา (-0.71) เป็นอันดับแรก ด้าน

การส่งเสริมการตลาด(-0.54) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.46) และ ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.40) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการมีอุปกรณ์การพิมพ์ ให้เลือกหลากหลาย แบนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.50)การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.41) และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.29)ตามลำดับลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.99) เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.60) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.56) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้าน สินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.59) สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็วเป็นอันดับแรก กับ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.49) ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ ถูกต้องและตรงต่อเวลา(-0.47) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.39) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.36) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน (-0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.66) เป็นอันดับแรก การจัดPromotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.63) การบริการหลังการขาย (-0.60) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถาม

ของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.46) มีการออกงานแสดงสินค้า และแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันทันอย่างสม่ำเสมอ (-0.37)ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค จำแนกตามผลประกอบการจากการดำเนินธุรกิจต่อปี

1) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทคที่มีผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาทพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน (-0.41) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด(-0.45) เป็นอันดับแรก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(-0.43) ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.40) และด้านราคา (-0.37) และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

บัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.54) มีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แบนด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.36) และ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดียิ่งเยี่ยม (-0.32) ตามลำดับลำดับ

บัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดียิ่งเยี่ยม (-0.46) เป็นอันดับแรก การจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.39) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.25) ตามลำดับ

บัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้าน สถานที่ตั้งห้างขาย และสะดวกในการเดินทาง (-0.70) เป็นอันดับแรก มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.57) มี

สินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ กับ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.46)สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.32 และ ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ ถูกต้องและตรงต่อเวลา(-0.14 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท (-0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.61)เป็นอันดับแรก มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.57) การจัดPromotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.43) มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.39) และมีการบริการหลังการขาย (-0.25) ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทคที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน (-0.37) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(-0.44) เป็นอันดับแรก ด้านการส่งเสริมการตลาด(-0.38) ด้านราคา (-0.35) และ ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.33) และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 (-0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.40) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.36) และ อุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แบนรด์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.22) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 (-0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริษัทด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.46)เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณ

อย่างดีเยี่ยม (-0.32) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.26) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 (-0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการย่อยสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.60) เป็นอันดับแรก ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา กับ การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด (-0.44) มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.40) มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.38) และ สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.36) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 5,000,001 - 10,000,000 บาท (-0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการย่อยด้านการบริการหลังการขาย กับ มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.44) เป็นอันดับแรก มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า กับการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.38) และมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.28) ตามลำดับ

3) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทคที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน(-0.62) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด(-0.70) เป็นอันดับแรก ด้านราคา (-0.69) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(-0.63) และ ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท (-0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบริการย่อยด้านมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แปรนตร์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.48) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม (-0.46) และ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.41) ตามลำดับลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท (-0.0,69) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-0.78)เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.65) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.63) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท (-0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยสามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.91) เป็นอันดับแรก ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.65)การกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด กับ มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.63) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.59) และ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.35) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท (-0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.83)เป็นอันดับแรก การบริการหลังการขาย (-0.76) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.72) มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันทอย่างสม่ำเสมอ (-0.70) และ มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.52) ตามลำดับ

4) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทคที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่างกัน(-0.59) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา (-0.76) เป็นอันดับแรก ด้าน

การส่งเสริมการตลาด(-0.62)และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ ด้านผลิตภัณฑ์ (-0.49) และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาท (-0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้เลือกหลากหลาย แปรนดและครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.56) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.47) และ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-0.43) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาท (-0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (-1.08)เป็นอันดับแรก การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.63) และการให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความต้องการ (-0.58) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาท (-0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมากที่สุด(-0.63) เป็นอันดับแรก สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.57) มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.52) ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.49) สถานที่ตั้งหาง่ายและสะดวกในการเดินทาง (-0.41) และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.29) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาท (-0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการบริการหลังการขาย(-0.78) เป็นอันดับแรก มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.70) การจัดPromotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.62) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถาม

ของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.59) มีการออกงานแสดงสินค้าและ
แจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับฉันอย่างสม่ำเสมอ (-0.42) และ ตามลำดับ

5) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วน
จำกัด วินเตอร์เทคที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึง
พอใจต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์ เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านแตกต่าง
กัน(-0.73) โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา (-0.86) เป็นอันดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ (-
0.79) ด้านการส่งเสริมการตลาด(-0.67)และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (-0.60)เมื่อพิจารณา
รายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า

บัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม
ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.79) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านมีอุปกรณ์การพิมพ์ให้
เลือกหลากหลาย แปรนตร์และครบทุกรุ่นจำหน่าย (-0.85) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมี
เอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม (-0.80) และ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (-
0.72) ตามลำดับลำดับ

บัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวม ของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.86) เมื่อพิจารณาเป็น
รายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้
จำหน่ายรายอื่น (-1.02)เป็นอันดับแรก ให้เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด, เครดิต ได้ตรงตามความ
ต้องการ (-0.81) และ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม (-0.76)
ตามลำดับ

บัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.60)
เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัจจัยย่อยการมีสินค้าเพียงพอต่อ
ความต้องการเมื่อการสั่งซื้อ (-0.87) เป็นอันดับแรกกำหนดปริมาณการสั่งซื้อของเป็นที่ยอมรับมาก
ที่สุด(-0.63) สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวกและรวดเร็ว (-0.57) ส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์
ถูกต้องและตรงต่อเวลา (-0.50) สถานที่ตั้งห้างและสะดวกในการเดินทาง (-0.48) และ มี
สถานที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอ (-0.46) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป (-0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อย่อยด้านการบริการหลังการขาย (-0.94) เป็นอันดับแรก มีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับชั้นอย่างสม่ำเสมอ กับ การจัดPromotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า (-0.69) มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเองและตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งติดตามลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (-0.57) และ มีการให้ของแถมและส่วนลดแก่สินค้า (-0.46) ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคาเป็นอันดับแรก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สอดคล้อง กับ เอกรัฐ สาระเวก(2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด นอร์ทเทอร์นเคมีเคิล แอนด์ กลาสแวร์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมในทุกปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผลการรับรู้จริงผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านอยู่ในระดับมากคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สาระเวก(2552) พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังทุกด้านอยู่ในระดับมากคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด และผลการรับรู้จริงผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Xuan Huang (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท ยู แอนด์ มี แมททีเรียล จำกัด พบว่าลูกค้ามีระดับความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้าบริษัท ยู แอนด์ มี แมททีเรียล จำกัด อยู่ใน

ระดับมากทุกด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากทุกปัจจัยโดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังมากลำดับแรกคือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม สำหรับการรับรู้จริงพบว่ามีการรับรู้จริงในระดับมากเช่นกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สารเวก(2552) ที่พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีของห้างฯ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Xuan Huang (2556) พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้า สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้า

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากทุกปัจจัยโดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิสมัย เหล่าไทย (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาปัจจัยย่อยคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์การพิมพ์อยู่ในระดับมาก สำหรับการรับรู้จริงพบว่ามีการรับรู้จริงในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สารเวก (2552) ที่พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือการเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือระยะเวลาการให้เครดิต (สินเชื่อ) พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงที่ดีขององค์กร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Xuan Huang (2556) พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเหมาะสมของราคาสินค้า สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ ระยะเวลาการชำระเงิน (เครดิตเทอม)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากทุกปัจจัยโดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือส่งสินค้าที่มีสภาพสมบูรณ์ถูกต้องและตรงต่อเวลา สำหรับการรับรู้จริงพบว่ามีการรับรู้จริงในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Xuan Huang (2556) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือ สภาพของสินค้าที่จัดส่งสมบูรณ์ สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ ความถูกต้องของสินค้าที่จัดส่ง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สารเวก (2552) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า สำหรับระดับการรับรู้จริงถึง

สิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และ ไม่สอดคล้องคลออดกับ ไพรัช หนูนพานิชพงศ์(2554) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการ โรงพิมพ์อันดับแรกโดยมีระดับความสำคัญมาก คือ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากทุกปัจจัยโดยปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือมีการบริการหลังการขาย สำหรับการรับรู้จริงพบว่ามีระดับการรับรู้จริงในระดับมากคือ มีพนักงานขายแนะนำสินค้าที่มีความเป็นกันเอง และตอบคำถามของผู้ตอบแบบสอบถามได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งติดตามผู้ตอบแบบสอบถามอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สาระเวก (2552) ที่พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานสามารถให้ข้อมูลและอธิบายข้อมูลได้อย่างชัดเจน สำหรับระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือความกระตือรือร้นของพนักงานในการขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Xuan Huang (2556) พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือ การนำเสนอสินค้าผ่านพนักงานขาย แต่ไม่สอดคล้องกันการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับ ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือ การนำเสนอสินค้าทางแค็ตตาล็อก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกรัฐ สาระเวก (2552) ที่พบว่าลูกค้ามีความคาดหวังต่อปัจจัยย่อยในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานสามารถให้ข้อมูลและอธิบายข้อมูลได้อย่างชัดเจน แต่สอดคล้องกันในระดับการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้จริงถึงสิ่งที่ได้รับลำดับแรก คือความกระตือรือร้นของพนักงานในการขาย

5.3 ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจในการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ตามความต้องการของผู้ใช้งาน
2. องค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ในการดำเนินธุรกิจต่อปี 15,000,001 – 20,000,0000 บาท
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลของสินค้าจากพนักงานขายของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับแรก ซึ่งมีปัจจัยย่อยคือการบริการหลังการขาย

5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ซึ่งมีปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม

6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้จริงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ในด้านราคาเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งมีปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น

7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค ในทุกด้าน โดยที่ไม่พอใจส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาเป็นอันดับแรกซึ่งมีปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น

8. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกรูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ มีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรกและปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม

9. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกรูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม ของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์ทุกด้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคา เป็นอันดับแรกและปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น

10. ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในด้านราคาเป็นอันดับแรก และปัจจัยย่อยคือ ตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณอย่างดีเยี่ยม

11. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผลประกอบการต่อปี 15,000,001 – 20,000,0000 บาทซึ่งมีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีปัจจัยย่อยคือ การบริการหลังการขาย ในระดับมากที่สุด

12. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลประกอบการต่อปี 20,000,0000 บาทขึ้นไปมีความคาดหวังต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกโดยมีปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม

13. ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลประกอบการต่อปี 15,000,001 – 20,000,0000 บาทและกลุ่มที่มีผลประกอบการ20,000,0000 บาทขึ้นไป ไม่พอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเป็นอันดับแรกโดยมีปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด วินเตอร์เทค โดยศึกษาจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจในการซื้ออุปกรณ์การพิมพ์ตามความต้องการของผู้ใช้งานและค้นหาข้อมูลจากพนักงานขาย ดังนั้นเวลาที่มีพนักงานขายไปเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากติดต่อกับคนที่มีความสนใจในการสั่งซื้อแล้วควรที่จะให้ความสนใจกับผู้ใช้งาน อาทิ เช่น การสอบถามปัญหาที่พบเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องและเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความพึงพอใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถามผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะ โดยพิจารณาได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตและจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงและให้มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนและแม่นยำเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่องผลิตภัณฑ์ของสิ่งพิมพ์บางประเภท อาทิ จำพวกบรรจุภัณฑ์มีการสัมผัสโดยตรงกับอาหาร ดังนั้นเรื่องที่สำคัญอย่างมากคือวัสดุที่นำมาผลิตต้องมีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพ รวมไปถึงการจำหน่ายอุปกรณ์การพิมพ์ให้มีหลากหลายแบรนด์ หลากหลายรุ่น เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา ควรให้ความสำคัญในเรื่องของราคาโดยที่ตั้งราคาให้ไม่แตกต่างจากคู่แข่งมากนัก ควรสำรวจราคาของคู่แข่ง หรือผู้จำหน่ายรายอื่น มีการตั้งราคาให้สอดคล้องกับปริมาณและคุณภาพ อาจมีการลดขนาดสินค้าเพื่อปรับราคาของสินค้าลง หรือตั้งราคาต่ำกว่าเล็กน้อยเพื่อดึงดูดให้ผู้ตอบแบบสอบถามมาซื้อสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การรับรู้จริงต่อราคาใกล้เคียงกับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งสินค้าที่มีความถูกต้องและมีสภาพสมบูรณ์ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายจึงควรกำชับพนักงานที่ส่งสินค้าให้ส่งสินค้าด้วยความระมัดระวัง และมีการตรวจเช็คสินค้าให้สมบูรณ์ก่อนส่งผู้ตอบแบบสอบถาม และควรมีสต็อกสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้

ควรมีโทรศัพท์ติดต่อให้หลายเลขหมาย หรือมีพนักงานประจำคอยรับ โทรศัพท์ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับความสะดวกในการติดต่อสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายมากที่สุด ดังนั้นทางผู้จัดจำหน่ายควรมีฝ่ายบริการหลังการขายให้เพียงพอกับปริมาณผู้ตอบแบบสอบถามเนื่องด้วยสินค้าที่จำหน่ายเกือบทุกรายการผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีการตั้งคำถามใช้งานก่อนทุกครั้งซึ่งย่อมพบปัญหาในการดำเนินงานซึ่งปัจจัยส่วนหนึ่งอาจเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากผู้จำหน่ายหลายราย ทำให้น้ำยาเคมีบางชนิดเมื่อนำมาผสมกันเกิดปัญหาเข้ากันไม่ได้ทำให้เกิดความเสียหายต่องานพิมพ์ดังนั้นการที่ผู้จัดจำหน่ายมีทีมงานบริการหลังการขายเข้าไปหาผู้ตอบแบบสอบถามเวลาผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหา แก้ปัญหาได้ตรงจุดจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถามได้

2) จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

2.1) เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนสามัญ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาปัจจัยย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะพิจารณาในเรื่องของราคา อาจมีการศึกษาราคาของผู้จัดจำหน่ายรายอื่นว่ามีการตั้งราคาขายเท่าไร และควรปรับราคาให้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าโดยควรดูเปรียบเทียบกับต้นทุนของสินค้าด้วยและนอกจากนั้นลูกค้าในกลุ่มนี้มีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยคือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพอย่างดีเยี่ยม ดังนั้นหากเทียบราคากับต้นทุนแล้วไม่สามารถขายได้ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ก็ควรเสริมปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีเอกสารรับรองคุณภาพ มาเสนอลูกค้าควบคู่กันเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2.2) บริษัทจำกัด/บริษัทจำกัดมหาชน ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาปัจจัยย่อยคือ การตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณ ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะพิจารณาในเรื่องของราคาที่เป็นมาตรฐานโดยอาจมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายราคา หลากหลายคุณภาพเพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้เลือกตามความเหมาะสม

3) จำแนกตามผลประกอบการต่อปี

3.1) ผลประกอบการต่อปี ไม่เกิน 5,000,000 บาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดปัจจัยย่อยมีการออกงานแสดงสินค้าและแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่าง ๆ มีเว็บไซต์ให้เข้าชมผลิตภัณฑ์ มีการออกงานแสดงสินค้าเช่นงาน

thaiprint ที่จะจัดเป็นประจำทุกปีซึ่งเป็นงานที่แสดงเกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางอุตสาหกรรมการพิมพ์ หรือการออกโฆษณาตีพิมพ์ วงการพิมพ์ เป็นต้น และในลูกค้ำกลุ่มนี้ควรที่จะเพิ่มความสำคัญในเรื่องของการมีพนักงานขายแนะนำสินค้าด้วยเพรูกค้ำกลุ่มนี้มีความคาดหวังในเรื่องนี้ในระดับที่สูงมาก

3.2) ผลประกอบการต่อปี 5,000,001-10,000,000 บาท พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรกบัณฑิตย่อย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ำกลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะพิจารณาในเรื่อง ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย อาจหาผลิตภัณฑ์ที่เป็น food grade ที่สัมผัสกับอาหารได้เช่น หมึกพิมพ์ที่เป็น Soy ink(ผลิตจากถั่วเหลือง) และควรมีเอกสารรองรับคุณภาพควบคู่ด้วยซึ่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำกลุ่มนี้ได้

3.3) ผลประกอบการต่อปี 10,000,001-15,000,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดบัณฑิตย่อยมีการจัด Promotion และมีเอกสารแนะนำสินค้า เป็นอันดับแรก ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ำกลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะพิจารณาในเรื่องของการจัดPromotion แนะนำสินค้า เช่นผลิตภัณฑ์ที่เป็น New Product อาจมีการPromotion แถมให้เป็นสินค้าทดลองใช้เมื่อซื้อสินค้าหลัก พร้อมทั้งมีการแจกเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้ำ นอกจากนี้แล้วควรเสริมในเรื่องของราคา ที่มีการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานเหมาะสมทั้งคุณภาพและปริมาณ ควบคู่ไปด้วย จึงจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำ

3.4) ผลประกอบการต่อปี 15,000,001-20,000,000 บาทและ ผลประกอบการต่อปี 20,000,001 บาทขึ้นไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา เป็นอันดับแรกบัณฑิตย่อยด้านการจำหน่ายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ดังนั้นหากต้องการจะทำให้ลูกค้ำกลุ่มนี้พึงพอใจควรที่จะพิจารณาในเรื่องของราคา อาจมีการศึกษาราคาของผู้จัดจำหน่ายรายอื่นว่ามีการตั้งราคาขายเท่าไร และควรปรับราคาให้ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าโดยควรดูเปรียบเทียบกับต้นทุนของสินค้าด้วย