

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท

ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt โดยใช้บริการร้านดีแทค สาขาเทศบาลใต้ตลาดคำเที่ยง มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อปี 10 – 15 ครั้ง และมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

#### ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อ

##### ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถสรุปได้ดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของบริการ ความหลากหลายของบริการ คุณภาพของสินค้า และความหลากหลายของประเภท/ ชนิด สินค้า ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย

#### **ด้านราคา**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน โบนัสแสดงรายละเอียดราคาสินค้าและบริการ และความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับปานกลาง แต่มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้าน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเพียงพอและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับปานกลาง แต่มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปาน

กลาง ได้แก่ การสะสมคะแนน D4U เพื่อแลกของรางวัล และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ในสื่อต่างๆ ตามลำดับ

#### **ด้านบุคคลหรือพนักงาน**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพ อ่อนน้อมในการให้บริการของพนักงาน ความรู้และความสามารถในการให้บริการของพนักงาน และความถูกต้อง แม่นยำในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ

#### **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความเป็นระเบียบ และเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/ บริการ การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ และความกว้างขวางและความสะอาดของร้าน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความกว้างขวางและความสะดวกของสถานที่จอดรถ

#### **ด้านกระบวนการ**

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อทุกปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมในลำดับขั้นตอนการให้บริการ และความสม่ำเสมอของคุณภาพในขั้นตอนการให้บริการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

### ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าต่อใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ปัญหาของลูกค้าต่อใช้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการพบว่า ปัญหาที่ลูกค้าส่วนใหญ่พบ 5 อันดับแรกในปัจจุบันคือ

- 1) ปัญหาด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 57.2
- 2) ปัญหาด้านความเพียงพอและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 48.7
- 3) ปัญหาด้านการสะสมคะแนน D4U เพื่อแลกของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 42.5
- 4) ปัญหาด้านความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 41.5
- 5) ปัญหาด้านความหลากหลายของคราซีหรือสินค้าที่จัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 39.3

### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

#### 4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามประเภทบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่

##### ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

##### ด้านราคา

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dflex Dmy Dmedium Dmax และ ประเภทอื่นๆ ได้แก่ Dfamily และ SME มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของ

ร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt และ Dmedium มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dflex Dmy Dmax และประเภทอื่นๆ ได้แก่ Dfamily และ SME มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

#### **ด้านบุคคลหรือพนักงาน**

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt Dmy Dmedium Dmax และประเภทอื่นๆ ได้แก่ Dfamily และ SME มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dflex มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

### ด้านกระบวนการ

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกประเภทมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt Dmedium Dmax และ ประเภทอื่นๆ ได้แก่ Dfamily และ SME ได้แก่ Dfamily และ SME มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dflex และ Dmy มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

## 4.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ

### ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

### ด้านราคา

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นลูกค้าอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้าอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ ได้แก่ ว่างงาน แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

#### **ด้านบุคคลหรือพนักงาน**

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

#### **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ**

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

### ด้านกระบวนการ

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้น ลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### 4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

#### ด้านราคา

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ ลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับมาก



### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

### ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลหรือพนักงานของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

### ด้านกระบวนการ

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้น ลูกค้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### 4.4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานที่ตั้งร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่

##### ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลูกค้าของร้านดีแทคทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าของร้านดีแทคทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

##### ด้านราคา

ลูกค้าของร้านดีแทคทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่มีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าของร้านดีแทคทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

##### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าของร้านดีแทคทั้งที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ลูกค้าของร้านดีแทคที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า มีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และลูกค้าของร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง



## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ หรือการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expected Performance) โดยหากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในระดับมาก ส่วนลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.64) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และด้านกระบวนการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.48) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.32) ในระดับปานกลาง

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลการศึกษาแล้ว พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เนื่องจากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า คือในระดับมากทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และลูกค้าไม่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

จากผลการศึกษานี้ เมื่อนำความคาดหวัง และความพึงพอใจมาพิจารณาร่วมกับปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดปัญหาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ใน

จังหวัดเชียงใหม่ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โดยลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อีกทั้งปัจจัยดังกล่าวยังเป็นปัญหาที่ลูกค้าส่วนใหญ่พบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เนตรนภา ชิน วัตร ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ราคา และปัจจัยสำคัญจากสื่อที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และบริการหลังการขายที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ มีศูนย์บริการมาก ทำให้ติดต่อง่าย ส่วนปัญหาส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างพบ คือ ปัญหาในการติดต่อกับศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คิดค่าบริการแพง และปัญหาในการใช้บริการหลังการขายอะไหล่ราคาแพงเกินไป

นอกจากนี้ผลการศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รวมทั้งเป็นปัญหาที่ลูกค้าส่วนใหญ่พบต่อปัจจัยย่อย คือ ความเพียงพอและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ ฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่เห็นด้วยในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านสำนักงานบริการลูกค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ เพียงพอและทั่วถึงต่อการให้บริการ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

ลูกค้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อชำระค่าบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ซื้อสินค้า เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ บัตรเติมเงิน และเติมเงินผ่านระบบออนไลน์ตามลำดับ

ลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมากต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ความหลากหลายของตราสินค้าที่จัดจำหน่าย ด้านราคา คือ ราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความเพียงพอและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ และการสะสมคะแนน D4U เพื่อแลกของรางวัล ด้านบุคคลหรือพนักงาน คือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความกว้างขวางและความสะดวกของสถานที่จอดรถ และด้านกระบวนการ คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียด พบว่าลูกค้ามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทั้ง 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.35 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.19 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.72 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.44 ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.46 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.32 และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเท่ากับ 0.50

ลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/Happy Dprompt มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ลูกค้าอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ลูกค้าของร้านดีแทคที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ  
ร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลูกค้าของร้านดีแทคที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านดีแทค ในจังหวัด  
เชียงใหม่ และลูกค้าของร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความพึง  
พอใจในระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัด  
เชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุด  
ของลูกค้า เนื่องจากเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียด พบว่าลูกค้ามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังมากกว่า  
ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มี  
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง และลูกค้าคิดว่าเป็นปัญหาหนึ่งที่พบ คือ ความหลากหลายของ  
ตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ดังนั้นควรปรับปรุงให้ร้านดีแทคมีความหลากหลายของตราหือ  
สินค้าที่จัดจำหน่ายมากยิ่งขึ้น โดยทำการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ เนื่องจากลูกค้ามีความ  
ต้องการในด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นควรมีการรักษาและพัฒนาคุณภาพ  
ของสินค้า คุณภาพของบริการ ความหลากหลายของประเภท/ชนิด สินค้า และความหลากหลาย  
ของบริการให้ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถทำให้เป็นจุดแข็งของร้านดีแทคได้

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจใน  
ระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท Dprompt/ Happy  
Dprompt อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และเป็นลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คือ  
ราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ จึงควรมีการพิจารณาปรับปรุงราคาสินค้าและบริการให้อยู่ใน  
ระดับราคาที่เหมาะสม โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านราคาของกลุ่ม เพื่อปรับราคา  
สินค้าและบริการให้อยู่ในระดับราคาที่สามารแข่งขันได้ ทั้งนี้การนำเข้าสินค้ามาจำหน่ายเอง หรือ  
การเป็นพันธมิตรกับบริษัทที่จัดจำหน่ายหรือให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้ต้นทุนของสินค้า

และบริการลดลงได้ นอกจากนี้ ควรรักษาความหลากหลายในระดับราคาของสินค้าและบริการ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน และใบเสร็จแสดงรายละเอียดราคาสินค้าและบริการ ให้ติดตั้งเดิม

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และลูกค้าคิดว่าเป็นปัญหาหนึ่งที่พบ โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ความเพียงพอและครอบคลุมในการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นควรพิจารณาเพิ่มจำนวนสาขา ร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีความเพียงพอและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงด้านสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้านด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะนี้อาจจะเป็นไปได้น้อยในทางปฏิบัติ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุนและสถานที่ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะว่าควรสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านอื่นๆ ให้มากขึ้นเพื่อเป็นส่วนชดเชยข้อด้อยนี้ และเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันอีกด้วย

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเป็นปัญหาหนึ่งที่พบ คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ และการสะสมคะแนน D4U เพื่อแลกของรางวัล ดังนั้นควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจมากขึ้นและจัดทำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารในสื่อต่างๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และแผ่นป้ายในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้าและนำมาซึ่งความต้องการบริโภคของลูกค้าได้ และควรปรับปรุงในด้านของรางวัลให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า เพื่อกระตุ้นการสะสมคะแนน D4U เพื่อแลกของรางวัล นอกจากนี้ควรรักษาใบเสร็จแสดงรายละเอียดราคาสินค้าและบริการ ให้ติดตั้งเดิม

**ด้านบุคคลหรือพนักงาน** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเป็นปัญหาหนึ่งที่พบ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ จึงควรส่งเสริมการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่มักจะมีเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นพนักงานจะต้องพัฒนาศักยภาพให้มีทักษะความรู้ และสามารถให้คำแนะนำต่างๆ แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเป็นการปรับปรุงพนักงานให้มีความรวดเร็วในการให้บริการ และควรพิจารณาจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะในวันหยุด ซึ่งมักจะมีลูกค้ามากกว่าปกติ นอกจากนี้ควรรักษาความรู้และ



ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน ความถูกต้อง แม่นยำในการให้บริการของพนักงาน และความสุภาพ อ่อนน้อมในการให้บริการของพนักงาน เพื่อสร้างเป็นจุดแข็งของร้านดีแทคได้

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ความกว้างขวางและความสะอาดของสถานที่จอดรถ โดยเฉพาะร้านดีแทคที่ไม่ได้ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงควรมีการพิจารณาปรับปรุงความกว้างขวางและความสะอาดของสถานที่จอดรถ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า อีกทั้งควรพิจารณาถึงปัจจัยย่อยความกว้างขวางและความสะอาดของสถานที่จอดรถทุกครั้งก่อนที่จะทำการเพิ่มสาขาร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ควรรักษาความกว้างขวางและความสะอาดของร้าน ความเป็นระเบียบ และเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน ให้ดีดังเดิม

**ด้านกระบวนการ** จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความคาดหวังในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเป็นปัญหาหนึ่งที่พบ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว คือ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ จึงควรมีการพิจารณาแก้ไข ปรับปรุงลดขั้นตอนการให้บริการที่ไม่จำเป็นออกไป และทำการปรับปรุงกระบวนการของการให้บริการของร้านดีแทค ให้มีความสะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้ยังควรรักษาความเหมาะสม ถูกต้องในลำดับขั้นตอนการให้บริการในทุกขั้นตอน และความสม่ำเสมอของคุณภาพในขั้นตอนการให้บริการ เพื่อสร้างเป็นจุดแข็งของร้านดีแทคได้