

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้า บริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.93 เพศชาย ร้อยละ 32.07 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.83 รองลงมาอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.34 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 11.03 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของลูกค้าองค์กรเอกชน มีกิจการในรูปแบบบริษัท จำกัด คิดเป็นร้อยละ 85.62 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน จำกัด คิดเป็นร้อยละ 9.59 ลูกค้าหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาคือ ส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ คิดเป็นร้อยละ 27.08 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 43.79 รองลงมาคือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 17.24

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องปริ้นเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 32.07 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.34 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 63.79 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็นร้อยละ 35.17 ส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงาน 3-4 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 27.24 รองลงมา คือ 1-2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.58 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 83.79 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็นร้อยละ 58.28 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ ประเภทอิงค์เจ็ท คิดเป็นร้อยละ 68.62 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ คิดเป็นร้อยละ 66.55 ส่วนใหญ่ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 3,000-

6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมา คือ ราคา 9,001-12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.93 ส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.21 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 21-50 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 28.62 รองลงมา คือ 11-20 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 27.93 ส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 93.45 รองลงมา คือ ใช้เพื่อพิมพ์เอกสารส่งออกนอกหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 76.21 ส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบตลับหมึกของแท้ (Original) คิดเป็นร้อยละ 72.07 รองลงมา คือ ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) คิดเป็นร้อยละ 60.69 ส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก คิดเป็นร้อยละ 78.62 รองลงมา คือ การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 68.28 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน ทุก 1-2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมา คือ ทุก 3-4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 26.21 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) คิดเป็นร้อยละ 57.93 รองลงมา คือ จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 51.03 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก่อปีที่ที่คช จำกัด เป็นระยะเวลาานานมากกว่า 24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 29.31 รองลงมา คือ 2-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 18.62

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.14 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 19.86 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.59 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.34 ส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.19 รองลงมาจบการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 9.59 ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 85.62 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด คิดเป็นร้อยละ 9.59 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 39.73 รองลงมาคือ ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 17.81

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องปริ้นเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.82 รองลงมา คือ 1-2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.18 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 66.44 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็น

ร้อยละ 36.30 ส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงาน 1-2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 26.71 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 83.56 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็นร้อยละ 56.16 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ ประเภทอิงค์เจ็ท คิดเป็นร้อยละ 63.01 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ คิดเป็นร้อยละ 60.27 ส่วนใหญ่ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 3,000-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.78 รองลงมา คือ ราคา 6,001-9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.93 ส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.89 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 26.71 ส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 11-20 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 30.82 รองลงมา คือ 21-50 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 28.08 ส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 91.78 รองลงมา คือ ใช้เพื่อพิมพ์งานทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 71.92 ส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบตลับหมึกของแท้ (Original) คิดเป็นร้อยละ 73.29 รองลงมา คือ ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) คิดเป็นร้อยละ 57.53 ส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก คิดเป็นร้อยละ 80.82 รองลงมา คือ ราคาประหยัด คิดเป็นร้อยละ 63.01 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน ทุก 1-2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ทุก 3-4 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.30 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) คิดเป็นร้อยละ 64.38 รองลงมา คือ จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 43.84 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก่อปีทีเคซ์ จำกัด เป็นระยะเวลาอันยาวนานมากกว่า 24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 23.29 รองลงมา คือ 6-12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.23

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.44 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.86 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาจบการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนใหญ่เป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาคือ ส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ คิดเป็นร้อยละ 27.08 ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 47.92 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 20.83

ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องปริ้นเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของ หน่วยงานราชการ

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 24.31 ส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 61.11 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็นร้อยละ 34.03 ส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงาน 3-4 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมา คือ มากกว่า 10 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.14 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp คิดเป็นร้อยละ 84.03 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson คิดเป็นร้อยละ 60.42 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ประเภทอิงค์เจ็ท คิดเป็นร้อยละ 74.31 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ คิดเป็นร้อยละ 72.92 ส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 9,001-12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ ราคา 3,000-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.97 ส่วนใหญ่ ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.53 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.03 ส่วนใหญ่ ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 21-50 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมา คือ 11-20 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 95.14 รองลงมา คือ พิมพ์เอกสารส่งออกนอกหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 85.42 ส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบคลับหมึกของแท้ (Original) คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมา คือ คลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) คิดเป็นร้อยละ 63.89 ส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก คิดเป็นร้อยละ 76.39 รองลงมา คือ การรับประกัน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงานทุก 1-2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 56.94 รองลงมา คือ ทุก 3-4 เดือน คิดเป็นร้อยละ 17.36 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมา คือ บริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) คิดเป็นร้อยละ 51.39 ส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้ทีเคซ์ จำกัด เป็นระยะเวลาานานมากกว่า 24 เดือน คิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมา คือ 2-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 18.75

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.05) รองลงมา คือ ความสะอาดของสินค้า (3.95)

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดทางด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจปานกลาง ลำดับแรกคือระยะเวลาการให้สิน เชื่อ 30 วัน (3.87) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.55)

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.96) รองลงมา คือ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.84)

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมาก ลำดับแรกคือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.98) รองลงมา คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.88)

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าองค์กรเอกชนต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอ

เมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของลูกค้า เพศ อายุ และตำแหน่ง

ความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และ 3.84 ตามลำดับ ปัจจัยย่อยของลูกค้าองค์กรเอกชนพึงพอใจสูงสุด คือ การรับ

เปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า ปัจจัยย่อยของลูกค้าหน่วยงานราชการพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และ 3.37 ตามลำดับ ปัจจัยย่อยของลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ระยะเวลาการให้ สินเชื่อ 30 วัน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ 3.57 ตามลำดับ ปัจจัยย่อยของลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการพึงพอใจสูงสุด คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าองค์กรเอกชนมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และลูกค้าหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ปัจจัยย่อยของลูกค้าองค์กรเอกชนและลูกค้าหน่วยงานราชการพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และ 3.84 ตามลำดับ โดยลูกค้าเพศชายมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของสินค้า เพศหญิงมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.44 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ระยะเวลาการให้ สินเชื่อ 30 วัน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าเพศชายมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และเพศหญิงมีความพึงพอใจ

ด้านการจัดจำหน่าย ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าเพศชาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสวยงาม มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82, 3.83 และ 3.85 ตามลำดับ โดยลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า ส่วนลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44, 3.41 และ 3.27 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58, 3.60 และ 3.56 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57, 3.54 และ 3.50 ตามลำดับ โดยลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 41-60 ปี มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสวยงาม มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย ส่วนลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ ความสวยงาม มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามตำแหน่ง

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ ระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ และพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95, 3.81 และ 3.80 ตามลำดับ โดยลูกค้าระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ และพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า ส่วนเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะอาดของสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ลูกค้าตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ และระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ ความพึงพอใจด้านราคา ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43, 3.43 และ 3.33 ตามลำดับ โดยลูกค้าระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ และพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อกว่า 30 วัน ส่วนเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้าตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ และระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65, 3.61 และ 3.50 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ ระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ และพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.53 และ 3.52 ตามลำดับ โดยลูกค้าระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ และพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุดเหมือนกัน คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย ส่วนเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีปัจจัยย่อยพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ส่วน

ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ คือ สินค้ามีให้เลือกน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.52 รองลงมาคือ สินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 10.69 ไม่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 55.17

ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ส่วนใหญ่ คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก คิดเป็น ร้อยละ 28.97 รองลงมาคือ ราคาแพงกว่าที่อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.07 ไม่พบปัญหาด้านราคา คิดเป็น ร้อยละ 41.03

ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ คือ การส่งของล่าช้า คิดเป็น ร้อยละ 7.24 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.90 ไม่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.31

ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 20.69 ไม่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 36.21

ปัญหาของลูกค้า เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับ คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมา คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.97 การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.69 ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.07 การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.97 ราคาขายไม่คงที่ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.52 สินค้ามีให้เลือกน้อย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.52 ไม่มีส่วนลดเงินสดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.41 สินค้าขาดตลาด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.69 สินค้าไม่มีคุณภาพ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจ 2 ลำดับแรก คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า และความสะอาดของสินค้า ซึ่งมีผลสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) และ สุเชษฐ์ ศิริวัฒนกุล (2543) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อเนื่องเพราะการบริการหลังการขาย และระยะเวลาการรับประกัน

ปัจจัยด้านราคา (Price) จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางโดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความพึงพอใจ 2 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งมีผลสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2540) ที่พบว่าปัจจัยย่อยทางด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ เงื่อนไขการชำระเงิน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) จากผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจ 2 ลำดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ จากการศึกษาครั้งนี้มีผลสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเชษฐ์ ศิริวัฒนกุล (2543) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการหลังการขายของร้านคอมพิวเตอร์ พบว่า การตรงต่อเวลาและความรวดเร็วในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจ 2 ลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย และ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า ผลสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเชษฐ์ ศิริวัฒนกุล (2543) พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ความกระตือรือร้น ความเป็นกันเอง การนำเสนอการบริการที่เหมาะสม ความเสมอต้นเสมอปลาย บุคลิกที่น่าเชื่อถือ ความสุภาพของพนักงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 290 คน แบ่งเป็นลูกค้าองค์กรเอกชนจำนวน 146 คน และลูกค้าหน่วยงานราชการจำนวน 144 คน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการรายน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามประเภทของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการรับประกันสินค้า ในขณะที่หน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของสินค้ามากที่สุด แต่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ด้านการรับประกันหรือรับประกันสินค้า ในขณะที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน แต่ปัจจัยที่พึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกของสินค้า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์

จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวัยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของสินค้ามากที่สุด และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ การรับประกันหรือรับประกันสินค้า ในขณะที่ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ปัจจัยที่พึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกของสินค้า ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวัยมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์

จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการรับประกันหรือรับประกันสินค้า และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกของสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายยังไม่ทราบถึงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้าและคุณภาพของสินค้าเดิมจากการรับประกัน

ปัจจัยด้านราคา เมื่อจำแนกตามประเภทของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วันมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้ส่วนลดเงินสด และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับ ปานกลาง เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ

จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวัยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน มากที่สุด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต

จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ เงื่อนไขการรับชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายยังไม่ทราบถึงปัจจัยย่อยด้านราคา ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ และ บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เมื่อจำแนกตามประเภทของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของบริษัทที่มีบริการรับคำสั่งซื้อ

ทางโทรศัพท์มากที่สุด และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของบริษัทที่มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์มากที่สุดเหมือนกัน ในขณะที่เพศชายมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน ในขณะที่เพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวัยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของบริษัทที่มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์มากที่สุดเหมือนกัน และผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ต้องการ และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 31-40 ปีมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ในขณะที่ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปีมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อการขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า

จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของบริษัทที่มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์มากที่สุดเหมือนกัน ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถเพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายยังไม่ทราบถึงปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การตกแต่ง สะอาด สถานที่จอดรถเพียงพอ และ ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อจำแนกตามประเภทของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของใน ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางแผ่นพับ โปสเตอร์

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของบริษัทในเรื่องของความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายมากที่สุดเหมือนกัน และปัจจัยย่อยที่เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกันคือเรื่องของการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจ ต่อปัจจัยย่อยของความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย มากที่สุดเหมือนกัน ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยสูงสุด คือ ความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ในขณะที่ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณา ทางแผ่นพับโปสเตอร์ และผู้มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทาง นิตยสาร

จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายมากที่สุดเหมือนกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์มีความพึงพอใจต่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการและเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเหมือนกัน คือ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การโฆษณาทางแผ่นพับโปสเตอร์

ผู้ตอบแบบสอบถามหลายรายยังไม่ทราบถึงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ การโฆษณาทางนิตยสาร และ การโฆษณาทางแผ่นพับโปสเตอร์

ตารางที่ 50 สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมากที่สุด น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทลูกค้า เพศ อายุ และ ตำแหน่ง

จำแนกตาม	ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านราคา		ด้านการจัดจำหน่าย		ด้านการส่งเสริมการตลาด	
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด
องค์กรเอกชน	การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	การให้ส่วนลดเงินสด	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	สถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
หน่วยงานราชการ	ความสะอาดของสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	สถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การโฆษณาทางแผ่นพับโปสเตอร์
ชาย	ความสะอาดของสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
หญิง	การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	สถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

ตารางที่ 50 สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดมากที่สุด น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทลูกค้า เพศ อายุ และ ตำแหน่ง (ต่อ)

จำแนกตาม	ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านราคา		ด้านการจัดจำหน่าย		ด้านการส่งเสริมการตลาด	
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด
21-30 ปี	การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	สถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
31-40 ปี	การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	สถานที่จอดรถเพียงพอ	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า	การโฆษณาทางแผ่นพับโปสเตอร์
41-60 ปี	ความสะอาดของสินค้า	บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	การโฆษณาทางนิตยสาร

ตารางที่ 50 สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดมากที่สุด น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทลูกค้า เพศ อายุ และ ตำแหน่ง (ต่อ)

จำแนกตาม	ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านราคา		ด้านการจัดจำหน่าย		ด้านการส่งเสริมการตลาด	
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจน้อยที่สุด
ผู้บริหาร/ เจ้าของ กิจการ	การรับเปลี่ยน หรือรับประกัน สินค้า	บรรจุภัณฑ์ ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้ สินเชื่อกว่า 30 วัน	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการ รับคำสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	สถานที่จอดรถ เพียงพอ	ความสุภาพ มี มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานส่ง สินค้า	การมีสินค้า ตัวอย่างให้ ทดลองใช้
พนักงาน ทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	การรับเปลี่ยน หรือรับประกัน สินค้า	บรรจุภัณฑ์ ล้ำสมัย	ระยะเวลาการให้ สินเชื่อกว่า 30 วัน	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการ รับคำสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	สถานที่จอดรถ เพียงพอ	ความสุภาพ มี มนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานส่ง สินค้า	การโฆษณาทาง แผ่นพับ โปสเตอร์
เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	ความสะอาดของ สินค้า	บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	เงื่อนไขการชำระ เงินโดยการโอน ผ่านธนาคาร	การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	บริษัทมีบริการ รับคำสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	ป้ายชื่อบริษัท เห็นได้ชัดเจน	ความสะดวก รวดเร็วในการ ติดต่อกับ พนักงาน	การมีสินค้า ตัวอย่างให้ ทดลองใช้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็กซ์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะแก่บริษัท ก๊อปปี้เท็กซ์ จำกัด ในการวางกลยุทธ์และปรับปรุงด้านการตลาด ตามส่วนประสมการตลาดในแต่ละปัจจัย โดยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. แจ้งทางสำนักงานใหญ่และโรงงานทำการค้นคว้า วิจัยผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพหมึกของเครื่องปริ้นเตอร์รุ่นใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีสินค้าครบถ้วนในทุกรุ่น

2. กรณีลูกค้าเกิดปัญหาเมื่อซื้อหมึกของเครื่องปริ้นเตอร์ ให้ทำการเปลี่ยนตลับใหม่ทันที และให้บริการการล้างเครื่องปริ้นเตอร์ทุกครั้งที่เป็นไปเปลี่ยนตลับหมึกใหม่

3. เพิ่มการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสะอาดทั้งบรรจุภัณฑ์ ไม่ให้มีฝุ่นละอองจับ โดยหมั่นทำความสะอาดในห้องสต็อก รักษาความสะอาดของสินค้าทั้งเรื่องของเอกสาร สินค้าและสินค้าสมนาคุณ

4. ด้านบรรจุภัณฑ์ควรปรับปรุงให้ทันสมัยมากขึ้น ทั้งสี สัน ดิดสติ๊กเกอร์รุ่นของหมึก ทำสัญลักษณ์แบ่งแยกหมึกดำและหมึกสีให้ชัดเจน

ค้ำองค้กรเอกชน ควรเน้นในเรื่องของการรับประกันสินค้า จัดทำใบรับประกันสินค้า โดยให้พนักงานขายใช้การรับประกันสินค้า 1 ปี และรับบริการเปลี่ยนสินค้าเคลมทันทีเป็นจุดขายหลักสำหรับลูกค้าองค์กรเอกชนทุกราย

ค้ำหน่วยงานราชการ ควรเน้นย้ำพนักงานในห้องสต็อกและพนักงานจัดส่งสินค้า ในเรื่องของความสะอาดและความครบถ้วนของสินค้าส่ง รวมถึงเอกสารต่าง ๆ ที่สำคัญในการตั้งเบิก

ปัจจัยด้านราคา

1. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อ
2. ทำการลดราคาสินค้าในรุ่นที่ล้าสมัยแล้ว
3. ตั้งราคาขายลดพิเศษ เมื่อลูกค้าสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก เช่น ลด 5% เมื่อซื้อ 6 ชิ้นขึ้นไป, ลด 8% เมื่อซื้อ 12 ชิ้นขึ้นไปและลด 10% เมื่อซื้อ 24 ชิ้นขึ้นไป เป็นต้น

ค้ำองค้กรเอกชน ให้ส่วนลดเงินสดกรณีลูกค้าต้องการจ่ายเงินสดทันที

ค้ำหน่วยงานราชการ ควรให้ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วันเช่นเดิม เนื่องจากลูกค้าหน่วยงานราชการต้องใช้ระยะเวลาในการตั้งเบิกและรองบประมาณ อีกทั้งยังไม่ต้องการบริการรับชำระค่าสินค้าผ่านทางบัตรเครดิต เพราะชื่อในนามของหน่วยงาน จึงควรเปิดเพิ่มช่องทางการชำระ

เงินมากขึ้น ด้วยการเปิดบัญชีธนาคารที่ลูกค้าต้องการ อันได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ชกส.) และธนาคารออมสิน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. ควรเน้นย้ำการจัดส่งสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการส่งสินค้าที่ขายดี เป็นที่นิยมมาสำรองไว้ตลอดเวลา จัดระบบการจัดเก็บสินค้าและบริหารสต็อกโดยใช้วิธีการเข้าก่อนให้ระบายก่อน (First in First out) เพื่อลดปัญหาการส่งสินค้าไม่ครบและการแห้งของน้ำหมึก
2. ใช้บริการโทรศัพท์มือถือในช่วงโปรโมชั่นที่ราคาประหยัด และเปิดคู่สายของโทรศัพท์ให้ว่างและสะดวกแก่ลูกค้าในการโทรศัพท์เบอร์ธรรมดาเข้ามาติดต่อสั่งซื้อสินค้า รวมถึงทำบริการเสียงตอบรับทางโทรศัพท์ การโอนสายอัตโนมัติไปยังแผนกต่าง ๆ
3. ควรจัดทำป้ายบริษัทให้เห็นเด่นชัดเจน ง่ายแก่การสังเกตของผู้ที่มาติดต่อบริษัท และจัดแสดงสินค้าโชว์บริเวณหน้าร้าน รักษาความสะอาดทั้งภายในและนอกบริษัท

ด้านองค์กรเอกชน จัดทำ Website ให้ลูกค้าได้สั่งซื้อและดูรุ่นหมึกสินค้าผ่านทาง Internet และสามารถชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการตลาดในแต่ละเดือนให้กับลูกค้าได้รับรู้อย่างทั่วถึงผ่านทาง Website

ด้านหน่วยงานราชการ ส่งพนักงานออกไปขอพบและแนะนำสินค้า ให้รายละเอียด ทั้งคุณสมบัติที่ต่างจากคู่แข่ง การบริการล้างปริ้นเตอร์ และการรับประกันสินค้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการ เพื่อให้ง่ายแก่การตัดสินใจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. จัดทำโปรโมชั่นใหม่ ๆ ให้กับลูกค้ามากขึ้น เช่น การสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของรางวัล การชิงโชคจากคูปอง วางแผนตลอดทั้งปี โดยแบ่งเป็น 4 ไตรมาส
2. แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำใบปลิวและโปสเตอร์เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักบริษัท ก๊อปปี้เท็กซ์ จำกัดมากขึ้นอย่างรวดเร็วและทั่วถึง ทั้งทาง E-Mail จดหมาย ไปรษณียบัตร ส่งพร้อมกับใบกำกับภาษี / ใบส่งของ

ด้านองค์กรเอกชน ควรใช้จุดเด่นเรื่องคุณภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานในการติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าให้ต่อเนื่องสม่ำเสมอทุกเดือน นอกจากนี้ควรเพิ่มเติมการให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการหลังการขายแก่พนักงานทุกคน โดยเฉพาะพนักงานจัดส่งสินค้าให้สามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าในการตอบคำถามเบื้องต้นเมื่อไปส่งสินค้าและให้บริการลูกค้าได้ทันที

ด้านหน่วยงานราชการ ควรมีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ ในกรณีที่ลูกค้าใช้สินค้า
ของบริษัทคู่แข่งอยู่ เพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบกับคุณภาพและบริการของบริษัท สามารถนำเสนอ
สินค้าตัวอย่างต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจสั่งซื้อได้ง่ายขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved