บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย สาขากาดสวนแก้ว ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 320 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกเป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท สถานที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่คืออำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และสินค้าที่ซื้อจากบริษัทเพาเวอร์บาย คือโทรทัศน์มากกว่าสินค้าอื่นๆ และสาขาที่ซื้อนอกจากสาขากาดสวนแก้ว คือ สาขาโรบินสันเชียงใหม่ โดยผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า คือ คู่สมรส และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทเพาเวอร์บาย คือ ทางโทรทัศน์ บริการที่มาใช้บริษัทเพาเวอร์บาย คือ ซื้อสินค้า โดยระยะเวลาที่มาใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย มากกว่า 1 ปี-2 ปี วิธีการซื้อสินค้าที่บริษัทเพาเวอร์บาย คือ ผ่อนชำระผ่านบัตร โดยระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตมากที่สุดคือ 6 เดือน และระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเพาเวอร์บาย คือ 12 เดือนเป็นส่วนมาก โดยรายการส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ ของแถม และเหตุผลที่สนใจมาใช้บริการที่เพาเวอร์บาย คือ รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล/พนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการให้บริการ /สถานที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า รองลงมาคือ ความทันสมัยของสินค้า และบริการส่งสินค้าถึงบ้าน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือบริการผ่อนชำระค่าสินค้า รองลงมาคือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต และการติดป้ายราคาที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิด รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า และการจัดหน้าร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ มีบริการส่งสินค้าฟรี รองลงมาคือ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี และมีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า รองลงมาคือ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และ พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน รองลงมาคือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง และการส่งสินค้าอย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ รองลงมาคือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน และความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาใช้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์

ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีรุ่นที่ต้องการ รองลงมาคือ มียี่ห้อให้เลือกน้อย และการซ่อมสินค้าใช้เวลานาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือราคาต่อรองไม่ได้ รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดเงินสด และการผ่อนชำระสามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเพาเวอร์บายเพียงอย่างเดียว

ด้านช่องทางการให้บริการ /สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมาคือ พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง และมีจำนวนสาขาให้บริการน้อย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ การส่งเสริมการตลาดด้วย การลด แลก แจก แถมไม่น่าสนใจ รองลงมาคือ การโฆษณามีน้อยไม่น่าสนใจ และไม่มีการเข้าร่วมรายการส่งเสริมการตลาด สำหรับสินค้าที่ต้องการ

ด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ พนักงานบริการไม่เพียงพอในบางจุด รองลงมาคือ พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า และพนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน

ด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ล่าช้า รองลงมาคือ ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ และการส่งสินค้าไม่ตรงเวลา

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่นเครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น รองลงมาคือ ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับการบริการ และ บรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือมีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และพนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

4.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความหลากหลายของยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ บริการส่งสินค้าถึงบ้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน และการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า และเวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีและ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง และมีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีและ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ บริการส่งสินค้าถึงบ้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และความหลายหลายของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า บริการหลังการขาย และ การรับประกันสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม และมีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือพนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และ รายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การรับประกันสินค้า และบริการติดตั้งสินค้าถึงบ้านมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความหลากหลายของยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การมีสินค้าพร้อมขาย มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ อาชีพรัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า และการจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การโฆษณา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง มีบริการส่งสินค้าฟรี และ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และ อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การส่งสินค้าตรงตามเวลา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ อาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน และการส่งสินค้าตรงตามเวลา มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน) มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ และความสะดวกของสถานที่จอดรถ มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7 P's ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ (2546) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ/สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล/พนักงาน กระบวนการในการให้บริการ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐกิจ เลิศศักดาเดช (2543) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝัง ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การรับประกันสินค้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกด้านมีสินค้าหลากหลายประเภทที่ต้องการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกด้านรุ่นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับถูกต้องตามคำสั่งซื้อ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกด้านราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกด้านราคาตรงตามที่โฆษณา

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐกิจ เลิศศักดาเดช (2543) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ สำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดจำหน่ายผ่านร้านขายเฟอร์นิเจอร์ชุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ครัว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก ด้านการจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) ของแผนกต่างๆ ภายในห้าง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกด้านสถานที่ตั้งของร้านหาง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐกิจ เลิศศักดาเดช (2543) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ สำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การโฆษณา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกด้านสินค้าที่ลงโฆษณามีจำหน่ายจริงตามที่ระบุไว้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกด้านมูลค่าและความเหมาะสมของสมนาคุณที่ได้รับ

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐกิจ เลิศศักดาเดช (2543) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ สำคัญในระดับมากลำดับแรกคือการมีความรู้จริงในตัวสินค้า แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกด้านการทักทาย การต้อนรับและความสุภาพของพนักงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกด้าน ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับแรกด้านความถูกต้องของการคิดเงินของพนักงานเก็บเงิน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารีรัตน์ พงษ์บุปผา (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้าเงินผ่อนต่อบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด จันทร์ชมภู อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก ด้านเจ้าของร้านให้การบริการด้วยตนเอง

ข้อค้นพบ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 50ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มากกว่าที่อื่น และยังอาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นด้วย ประกอบด้วยจังหวัดพะเยา อุตรดิตถ์ ลำพูน เชียงราย นนทบุรี และสินค้าที่ซื้อคือโทรทัศน์มากกว่าสินค้าอื่น สินค้าที่ซื้อน้อยที่สุดคือเครื่องดนตรี และเครื่องปรับอากาศ นอกจากสาขากาดสวนแก้วยังซื้อสินค้าที่สาขาอื่นๆ ด้วย ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุดคือคู่สมรสมากกว่าบุคคลอื่น แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักเพาเวอร์ บายมากกว่าด้านอื่นคือการทางโทรทัศน์ น้อยกว่าด้านอื่นคือทางอินเตอร์เน็ตและวิทยุ การบริการที่มาใช้บริการคือซื้อสินค้า มากกว่าด้านอื่นและบริการที่มาใช้ น้อยกว่าด้านอื่นคือซ่อมสินค้า วิธีชำระค่าสินค้ามากที่สุดคือผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ โดยผ่อนระยะเวลาส่วนมากไม่เกิน10 เดือน มากที่สุด สำหรับการจ่ายเงินด้วยการผ่อนผ่านบัตรเพาเวอร์ บาย ส่วนมากไม่เกิน 12 เดือน รายการส่งเสริมการขายที่สนใจน้อยกว่าด้านอื่นคือ จัดบูทจัดรายการ ชิงโชคและสินค้าเก่าแลกสินค้าใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง และมีบริการซ่อมสินค้า มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน ที่จอดรถ ที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน ความสะดวกของสถานที่จอดรถ ที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ที่จอดรถ	3.03	ปานกลาง
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.20	ปานกลาง
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	3.43	ปานกลาง
มีบริการซ่อมสินค้า	3.47	ปานกลาง
เงินดาวน์	3.51	มาก
เงื่อนไขการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.56	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	3.57	มาก
บริการหลังการขาย	3.58	มาก
วงเงินในการซื้อสินค้า	3.63	มาก
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม	3.63	มาก
การวางแผนผังสินค้า	3.64	มาก
การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน	3.65	มาก
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาใช้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	3.66	มาก
อัตราดอกเบี้ย	3.68	มาก
การจัดหมวดหมู่สินค้า	3.69	มาก
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.71	มาก
การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค	3.71	มาก
การโฆษณา	3.72	มาก
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.73	มาก
พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	3.73	มาก
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนบัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล	3.74	มาก
พนักงานมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการ	3.74	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน	3.75	มาก
การจัดหน้าร้าน	3.75	มาก
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	3.76	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.76	มาก
ความหลากหลายของยี่ห้อ	3.76	มาก
ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	3.78	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	3.78	มาก
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	3.78	มาก
การส่งสินค้าตรงตามเวลา	3.78	มาก
การรับประกันสินค้า	3.78	มาก
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	3.78	มาก
เวลาเปิด-ปิด	3.79	มาก
ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	3.80	มาก
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	3.81	มาก
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	3.82	มาก
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	3.83	มาก
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	3.83	มาก
ความหลายหลายของสินค้า	3.83	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.83	มาก
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	3.85	มาก
พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.86	มาก
ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	3.86	มาก
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.89	มาก
บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.90	มาก
มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	3.92	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	3.93	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.94	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.96	มาก
การติดป้ายราคาที่ชัดเจน	3.96	มาก
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.98	มาก
มีบริการส่งสินค้าฟรี	3.98	มาก
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	4.00	มาก

จากตารางที่ 61 พบว่าระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เกือบทุกปัจจัย ยกเว้น ปัจจัยด้านที่จอดรถ ด้านความสะดวกของสถานที่จอดรถ ด้านการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง ด้านมีบริการซ่อมสินค้า มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก จำแนกตามหน่วยงานเพศ อายุ รายได้ และอาชีพ มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 62-65

ตารางที่ 62 สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกต่อการให้บริการบริษัทเพาเวอร์บายจำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศชาย	เพศหญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	ความทันสมัยของสินค้า
ปัจจัยด้านราคา	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	บริการผ่อนชำระค่าสินค้า
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	เวลาเปิด-ปิด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีบริการส่งสินค้าฟรี และ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี
ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อการให้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ความหลากหลายของยี่ห้อ	ความทันสมัยของสินค้า	บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า
ปัจจัยด้านราคา	ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน และการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	การจัดหน้าร้าน เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	การจัดหมวดหมู่สินค้า	การจัดหน้าร้าน	การจัดหมวดหมู่สินค้า และเวลาเปิด-ปิด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน
ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน	พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจนมากกว่า	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจนมากกว่า	ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง และมีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน

ตารางที่ 64 สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อการให้บริการบริษัทเพาเวอร์บายจำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	คุณภาพของสินค้า	บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	คุณภาพของสินค้า และความหลายหลายของสินค้า	ความทันสมัยของสินค้า บริการหลังการขาย และ การรับประกันสินค้า	คุณภาพของสินค้า
ปัจจัยด้านราคา	บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	เวลาเปิด-ปิด	การจัดหน้าร้าน	การจัดหมวดหมู่สินค้า	การจัดหมวดหมู่สินค้า เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี	การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม และมีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	มีบริการส่งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี
ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	การสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน

ตารางที่ 65 สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อการให้บริการบริษัทเพาเวอร์บายจำกัด สาขาคาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	การรับประกันสินค้าและบริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	ความหลากหลายของยี่ห้อ	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	การมีสินค้าพร้อมขาย
ปัจจัยด้านราคา	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน	บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน	การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	การติดป้ายราคาที่ชัดเจน
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	การจัดหน้าร้าน	เวลาเปิด-ปิด	การจัดหมวดหมู่สินค้า	การจัดหมวดหมู่สินค้า และ การจัดหน้าร้าน	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บริการส่งสินค้าฟรีและมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	มีบริการส่งสินค้าฟรี	บริการส่งสินค้าฟรี	มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน	การโฆษณา	มีบริการส่งสินค้าฟรี	การจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง มีบริการส่งสินค้าฟรี และ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี
ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน	จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค

ตารางที่ 65 (ต่อ) สรุปข้อค้นพบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกต่อการให้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	การส่งสินค้าตรงตามเวลา	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	การส่งสินค้าตรงตามเวลา	ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน และการส่งสินค้าตรงตามเวลา
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	ความกว้างขวางและสะอาดของร้านและการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการและความสะดวกของสถานที่จอดรถ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและอันดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	อันดับ
สถานที่จอดรถไม่สะดวก	162	1
ราคาต่อรองไม่ได้	126	2
พนักงานบริการไม่เพียงพอในบางจุด	126	2
ไม่มีรุ่นที่ต้องการ	121	3
ไม่มีส่วนลดเงินสด	120	4
มียี่ห้อให้เลือกน้อย	111	5
การส่งเสริมการขายด้วย การลด แลก แจก แถมไม่น่าสนใจ	106	6
การโฆษณามีน้อย ไม่น่าสนใจ	104	7
สินค้าขาดตลาด	103	8
พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง	102	9
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่นเครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น	101	10
ไม่มีการเข้าร่วมรายการส่งเสริมการขาย สำหรับสินค้าที่ต้องการ	98	11
การผ่อนชำระสามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเพาเวอร์บายเพียงอย่างเดียว	93	12
การซ่อมสินค้าใช้เวลานาน	91	13
ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับการบริการ	89	14
ราคาสินค้าไม่คงที่	87	15
ราคาขายแพงกว่าที่อื่น	84	16
มีจำนวนสาขาให้บริการน้อย	76	17
พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า	65	18
พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ล่าช้า	65	19
พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน	64	20
สินค้าที่จัดรายการผ่อนชำระ 0% ไม่น่าสนใจ	62	21
ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ	59	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 (ต่อ) แสดงจำนวนและอันดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบต่อการใช้บริการบริษัท เพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จากมากไปหาน้อย

ปัญหา	จำนวน	อันดับ
การส่งสินค้าไม่ตรงเวลา	55	23
พนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง	46	24
ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างชัดเจน	42	25
เงื่อนไขการรับเปลี่ยนสินค้าไม่เหมาะสม	39	26
บรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ	38	27
การบริการหลังการขายไม่ดี	37	28
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก	36	29
สินค้าล้าสมัย	30	30
ยี่ห้อที่จำหน่ายไม่เป็นที่รู้จัก	27	31
พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ	27	32
ค่าบริการติดตั้งแพง	26	33
มีการคิดราคาที่ผิดพลาด	23	34
ระบบบันทึกข้อมูลขัดข้องบ่อย	22	35
สถานที่ตั้งบริษัทไม่สะดวกในการติดต่อ	20	36
พนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและไม่ซื่อสัตย์	20	37
แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ	17	38
ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง	17	38
อาคารสถานที่ไม่สะอาด	13	39
อุปกรณ์เครื่องมือในร้านไม่ดี	12	40
ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่หาสินค้ายาก	1	43

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เพาเวอร์ บาย จำกัด สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อเป็นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย บริษัทเพาเวอร์บาย สาขากาดสวนแก้ว ควรเพิ่มความหลากหลายในการนำเสนอสินค้า ทั้งยี่ห้อ รุ่นแบบ ขนาด ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ และตู้เย็น ควรจะมีแคตาล็อกสำหรับสินค้าใหม่ รุ่นใหม่ ไว้แนะนำลูกค้า ตลอดจนมีสินค้าให้ลูกค้าได้ทดลอง และการซ่อมสินค้าควรแจ้งกำหนดการให้ลูกค้าทราบถึงเวลาที่แน่นอนในการซ่อมแต่ละครั้ง ตลอดจนเงื่อนไขการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าชำรุดภายใน 14 วันนับตั้งแต่วันที่ซื้อสินค้า นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับบริการหลังการขาย และการรับประกันสินค้า รวมถึงการบริการตรวจเช็คสินค้าหลังการขาย เช่น เครื่องปรับอากาศ มีบริการล้างทำความสะอาด ฟรี 2 ครั้งใน 1 ปี

ด้านราคา บริษัทควรมีการให้ส่วนลดเงินสดสำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด หรือการขายในราคาพิเศษเมื่อซื้อสินค้าเป็นชุด นำเสนอทางเลือกเกี่ยวกับระยะในการผ่อนชำระหรืออัตราดอกเบี้ยพิเศษให้กับลูกค้าเงินดาวน์ด้วย

ด้านช่องทางการให้บริการ /สถานที่ บริษัทฯ ควรพิจารณาในการอำนวยความสะดวกในการจอดรถของลูกค้า โดยมีการคืนเงินค่าจอดรถให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการจากบริษัทฯ เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัท นอกจากนั้นควรปรับปรุงในด้านการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้ลูกค้าสามารถการเลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย และมีความสะอาดอยู่เสมอ และควรพิจารณาขยายสาขาเพิ่มในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงโดยเฉพาะจังหวัดลำพูนเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทฯ ควรมีการมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดโดยเฉพาะการลดราคาสินค้าตกรุ่น นำสินค้าเก่ามาแลกสินค้าใหม่โดยการให้ราคาพิเศษ แจกสินค้าตามเทศกาลที่สำคัญเช่นแจกกระเป๋าเพาเวอร์ บายในเทศกาลปีใหม่ มีการแถมสินค้าเช่น กล้องถ่ายรูปแถมขาตั้งกล้อง เป็นต้น ควรจะมีสินค้าที่จัดรายการผ่อนชำระ 0% นอกจากนั้นควรเพิ่มการโฆษณา โดยใช้สื่อ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเตอร์เน็ท ให้มากขึ้นและน่าสนใจ

ด้านบุคคล /พนักงาน ทางบริษัทฯ ควรมีการปรับปรุงในด้านความรู้ของบุคลากรให้มากขึ้น ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานที่จะต้องพบปะลูกค้า ให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และควรเพิ่มบุคลากรผู้ให้บริการให้เพียงพอในจุดที่ลูกค้าใช้บริการมาก ในการคัดเลือกพนักงานควรสรรหาพนักงานที่มีใจรักในงานให้บริการซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ เช่น พนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ มีความรับผิดชอบ มีกริยาวาจาสุภาพ สื่อสารเข้าใจง่าย บริการที่รวดเร็วทันใจ มีมนุษยสัมพันธ์ น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และที่สำคัญต้องมีจิตในการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันทุกคน โดยเน้นการใช้การรับฟัง คำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ ควรมี การส่งแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทเพาเวอร์ บาย สาขา กาดสวนแก้วซึ่งจะทำให้รับทราบข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจพนักงานผู้ให้บริการ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป รวมถึงการบอกต่อ

นอกจากนั้นควรมีการกำหนดเป้าการขายให้กับพนักงานทุก 1 เดือนพร้อมประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุก 6 เดือน โดยจัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละด้าน มีการกำหนดหลักเกณฑ์ และมาตรฐานในการวัดให้ชัดเจน เช่น ปริมาณยอดขาย คุณภาพของงาน ปริมาณงาน ความรอบรู้ในงานและความสามารถในการเรียนรู้ ความเอาใจใส่ในงาน การประสานงานและการร่วมมือกับผู้อื่น ซึ่งการประเมินโดยอาจใช้เพื่อนร่วมงานและนายจ้าง แล้วมีการแจ้งผลการประเมินให้พนักงานทราบในเดือนที่ผ่านมา วางแผนการปฏิบัติในเดือนต่อไป มอบรางวัลความสำเร็จให้กับพนักงาน รับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อร่วมเป็นผู้ออกความเห็นเพื่อสร้างสรรค์แผนการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานจะมีโอกาสสัมผัสกับลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด ทำให้ทราบความรู้สึก และความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจพนักงานผู้ให้บริการ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

ด้านกระบวนการในการให้บริการ บริษัทฯ ควรพิจารณากระบวนการในการให้บริการลูกค้าให้รวดเร็วมากขึ้น โดยใช้บริการให้สำเร็จในขั้นนอนเดียว/จุดเดียว โดยเฉพาะการพิมพ์ใบกำกับภาษี และเอกสารการส่งสินค้า ควรมีแผนกประชาสัมพันธ์ไว้ควรบริการลูกค้าเพื่อบริการตอบคำถามและแนะนำข้อมูลต่าง ๆของบริษัทฯให้กับลูกค้า นอกจากนั้นในการส่งสินค้าให้กับลูกค้าต้องตรงเวลา มีการโทรศัพท์ แจ้งลูกค้าทราบทันที่กรณีที่ไม่สามารถส่งสินค้าตรงตามเวลา

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ บริษัทฯ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม ที่นั่งรอรับบริการลูกค้าที่มาใช้บริการ และมีแสงสว่างและบรรยากาศภายในร้านที่เหมาะสม ไม่ร้อนหรือเย็นจนเกินไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved