

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง โดยทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย(End-user)ที่ได้เข้ามาซื้อสินค้าและบริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง เพื่อใช้ส่วนตัว จำนวน 2,152 ราย ซึ่งได้มาจากบัญชีลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 350 ตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกตัวอย่างทางผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาจะเป็นการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่เคยเลือกซื้อสินค้าและบริการจากส่วนประสมการค้ำปลีกที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง ได้จัดทำให้แก่ลูกค้า (เฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปใช้ส่วนตัว) โดยทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย โดยศึกษาในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ส่วนประสมด้านราคา (Price Mix) ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) โดยใช้เครื่องมือในการศึกษา คือแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้นมา ซึ่งแบ่งออกมาเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม(เฉพาะลูกค้าที่ซื้อไปใช้ส่วนตัว) ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งหลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม(เฉพาะลูกค้าที่ซื้อไปใช้ส่วนตัว) จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด ดังอยู่ซึ่ง

ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.10 นอกนั้นเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 38.90 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาช่วงอายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 21.40 มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 50.30 รองลงมาสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,000-19,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.10 รองลงมา ระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.00 ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 33.40 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.70 จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ ดังอยู่ซึ่งในรอบปีที่ผ่านมาเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.42 รองลงมาซื้อเป็นจำนวนเงินมากกว่า 10,000 บาทในรอบปีที่ผ่านมา ร้อยละ 29.46 จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด ดังอยู่ซึ่ง ส่วนมากซื้อจำนวน 2-5 ครั้งในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 43.15 รองลงมาซื้อเป็นครั้งแรก ร้อยละ 26.57 ได้มีการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาทต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมาซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.31 สำหรับสินค้าที่ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ดังอยู่ซึ่ง ส่วนมากได้มีการซื้อสินค้าประเภทอุปกรณ์ประปา คิดเป็นร้อยละ 20.77 รองลงมาสุขภัณฑ์ ร้อยละ 18.62

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ดังอยู่ซึ่งหลังจากการเข้ามาให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ดังอยู่ซึ่งหลังจากการเข้ามาให้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีก พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีกที่ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ดังอยู่ซึ่งจัดทำให้แก่ลูกค้าในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับดังนี้ คือปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.94 ปัจจัยส่วนประสมราคา (Price Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ค่าเฉลี่ยรวม 3.66 ซึ่งสามารถแยกความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมการค้ำปลีกที่ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ดังอยู่ซึ่ง ในปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.94 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยคือ 4.18 มีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 4.16 และส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ยคือ 4.10

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมราคา (Price Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.88 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 4.08 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.02 และมีการยื่นราคาให้กับลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.86

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.71 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน ค่าเฉลี่ยคือ 4.06 การจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม ค่าเฉลี่ยคือ 3.91 และสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยคือ 3.88

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีการให้บริการที่จอตรง ค่าเฉลี่ยคือ 2.94

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.66 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ

เรียบร้อย ค่าเฉลี่ยคือ 4.18 พนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ค่าเฉลี่ยคือ 4.15 และสามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 4.07

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ มีการขายสินค้าเป็นชุด ค่าเฉลี่ยคือ 3.46 มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.23 และมีการให้ของแถมแก่ลูกค้า เช่น เสื้อ กิดค่าเฉลี่ยคือ 3.19

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ จำแนกตามช่วงรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจเหมือนกันในอันดับแรกคือขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว

สำหรับผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-29,999 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในอันดับแรก คือมีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมราคา จำแนกตามช่วงรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-29,999 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และมีการขึ้นราคาให้กับลูกค้า

สำหรับผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รองลงมาคือมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง และได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า จำแนกตามช่วงรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-29,999 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน รองลงมาคือการจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม และสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์

สำหรับผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน รองลงมาคือสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ และการจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำแนกตามช่วงรายได้

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-29,999 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจ 2 อันดับแรกเหมือนกัน คือพนักงานมีความสุภาพ เรียบร้อย รองลงมาคือพนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจอันดับแรก คือพนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ จำแนกตามช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 29 ปี มีความพึงพอใจอันดับแรก คือมีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน รองลงมาคือมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด หลายหมวด และส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-49 ปี และผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกเหมือนกัน คือขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมด้านราคา จำแนกตามช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 29 ปี ผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-49 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และมีการยื่นราคาให้กับลูกค้า

สำหรับผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รองลงมาคือมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง และได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า จำแนกตามช่วงอายุ

ผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-49 ปี และผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 2 ลำดับแรกเหมือนกัน คือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน รองลงมาคือการจัดร้านที่สะอาด

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 29 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือมีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน รองลงมาคือสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ และการจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จำแนกตามช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 29 ปี และผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-49 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือพนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี รองลงมาคือพนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย และสามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ชัดเจน

สำหรับผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือพนักงานมีความสุขภาพ เรียบร้อย รองลงมาคือพนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีการเอาใจใส่ลูกค้า

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง

จากการศึกษาค้นคว้าในส่วนของ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งร้อยละ 89.27 และไม่แน่ใจร้อยละ 10.73 และสามารถแยกออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้ดังนี้

1. ประเด็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะกลับมาซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งอีก

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งอีก ร้อยละ 89.27 และไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อซ้ำอีกร้อยละ 10.73

สำหรับสาเหตุของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะกลับมาซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งอีก 3 อันดับแรกคือ ได้รับบริการที่เป็นกันเอง ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งมีสินค้าครบ และราคาเหมาะสมและได้รับส่วนลด

สำหรับสาเหตุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งอีก 3 อันดับแรกคือ เพราะแวะผ่านมา /ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็งตั้งอยู่ไกล ลูกค้ามีสินค้าที่ต้องการครบแล้ว และถ้าสินค้าจากร้านอื่นมีราคาที่ถูกลง

2. ประเด็นในการแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง ร้อยละ 89.67 และไม่แน่ว่าจะแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เซ็ง ร้อยละ 10.33

สำหรับสาเหตุของการแนะนำเพื่อน/คนรู้จักให้มาใช้บริการจากทางห้างหุ้นส่วน จำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ชั้น 3 อันดับแรก มีดังนี้ เพราะประทับใจในการบริการที่ดี สินค้าดีมีคุณภาพ และมีราคาที่เหมาะสมกับสินค้า และได้รับส่วนลด

สำหรับสาเหตุของการไม่แน่ใจว่าจะแนะนำเพื่อน/คนรู้จักให้มาใช้บริการจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ชั้น 3 มีดังนี้ เพราะเพื่อน/คนรู้จักมีร้านประจำอยู่แล้ว และแวะผ่านเข้ามาซื้อสินค้า

อภิปรายผลการศึกษา

เมื่อศึกษาจากการสรุปผลการศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ชั้น 3 พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากถึง 4 ด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา (Price Mix) ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ตามลำดับซึ่งจะแตกต่างจากการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก๊สสุภกันท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก๊สสุภกันท์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึง 4 ปัจจัยเช่นกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ และด้านราคาตามลำดับ และแตกต่างกับการศึกษาของณรงค์ฤทธิ์ จวงวาณิชย์ (2552) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองสตูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับสำคัญมากเช่นกัน แต่จะแตกต่างกันในด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยอันดับแรกๆที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.94 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยคือ 4.18 มีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 4.16 และส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพ ค่าเฉลี่ยคือ 4.10 ซึ่งจะแตกต่างกับการศึกษาของนพ. อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก้วสุภกันท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ลำปางป่าแก้วสุภกันท์ ที่ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ ความหลากหลายของสินค้า ความหลากหลายของยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า และแตกต่างกับการศึกษาของณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองสตูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเช่นกัน แต่จะแตกต่างกันในระดับปัจจัยย่อย คือผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ร้านค้าขนาดและรุ่นของสินค้าให้เลือกหลากหลาย และร้านค้ามีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมราคา (Price Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีก ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่หลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.88 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง ค่าเฉลี่ยคือ 4.08 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ค่าเฉลี่ยคือ 4.02 และมีการยื่นราคาให้กับลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.86 ซึ่งจะคล้ายคลึงกับการศึกษาของนพ. อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ลำปางป่าแก้วสุภกันท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก คือ การติดป้ายราคา สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า(Physical Distribution Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่แห่งหลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.71 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ มีระยะเวลาเปิด-ปิด ห้างฯที่แน่นอน ค่าเฉลี่ยคือ 4.06 การจัดร้านที่สะอาด เป็นระเบียบมีความสวยงาม ค่าเฉลี่ยคือ 3.91 และสามารถทำการสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยคือ 3.88 ซึ่งจะแตกต่างกับการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ ลำปาง ป่าแก้ว สุขภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ แสงสว่างในร้าน บรรยากาศในร้าน และทำเลที่ตั้งของร้าน

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีการให้บริการที่จืดจาง ค่าเฉลี่ยคือ 2.94 ซึ่งพบว่าเป็นปัญหาลักษณะเดียวกันกับที่พบจากการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ ลำปาง ป่าแก้ว สุขภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับที่น้อยกับการให้บริการที่จืดจาง

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่แห่งหลังจากการเข้ามาใช้บริการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ 3.66 สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ยคือ 4.18 พนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ดี ค่าเฉลี่ยคือ 4.15 และสามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ยคือ 4.07 ซึ่งจะคล้ายคลึงกับการศึกษาของนพ อนุรุทธิ์เนตรศิริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ ลำปาง ป่าแก้ว สุขภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ ความสุภาพ ความมีมนุษยสัมพันธ์ และการปฏิบัติงานของพนักงาน ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวก แต่จะแตกต่างกับการศึกษาของณรงค์ฤทธิ์ จวงวานิชย์ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกร้าน

วัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองสตูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่ระดับปัจจัยย่อย คือ ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม รองลงมาคือการจัดชิงโชคหรือให้รางวัลสำหรับผู้ที่มาซื้อสินค้า ซึ่งทางห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งต้องนำสิ่งที่ได้จากการอภิปรายมาใช้ในการปรับกลยุทธ์ส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง ต่อไป

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ มีการขายสินค้าเป็นชุด ค่าเฉลี่ยคือ 3.46 มีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้า ค่าเฉลี่ยคือ 3.23 และมีการให้ของแถมแก่ลูกค้า เช่น เสื้อ คีคค่าเฉลี่ยคือ 3.19 ซึ่งจะแตกต่างกับผลการศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การแจกแผ่นพับรายการสินค้าราคาพิเศษ การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ และการจัดการแสดงสินค้า ณ จุดจำหน่าย ทำให้ทางห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง ต้องหาวิธีแก้ไขปรับปรุงกลยุทธ์การค้าปลีกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ข้อค้นพบจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง มีข้อค้นพบจากการศึกษาหลายประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งมาก จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เนื่องจากได้มีการทำการติดต่อซื้อขายสินค้ากันมานาน จึงมีความสนิทสนมกันและเกิดการประทับใจในการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับส่วนประสมการค้าปลีกที่ทางห้างฯ ได้จัดทำขึ้น ทางห้างฯ จึงควรที่จะพัฒนาส่วนประสมทางการค้าปลีกเพื่อที่จะรักษากลุ่มนี้ และพยายามสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้จนนำไปสู่การแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการจากทางห้างฯต่อไป

ประเด็นในส่วนของการจัดทำส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีก พบว่าลูกค้าพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix) ปัจจัยส่วนประสมด้าน

ราคา (Price Mix) ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix) และปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix) ในระดับมากตามลำดับ ซึ่งผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของห้างหุ้นส่วนจำกัดตั้งอยู่เชิงในด้านต่าง ๆ ที่น่าสนใจได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากกับขั้นตอนการบริการในการชำระเงินถูกต้องและรวดเร็ว และการมีการวางสินค้าแยกเป็นหมวดชัดเจน ในระดับค่าเฉลี่ย 4.16 ทำให้พบว่าทางห้างฯ มีจุดแข็งของปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการในด้านขั้นตอนกระบวนการในการชำระเงินที่รวดเร็ว ซึ่งจะแตกต่างจากคู่แข่งที่มีขั้นตอนในการชำระเงินและการรับของที่มีขั้นตอนหลายขั้น รวมถึงทางห้างฯ ได้มีการจัดวางสินค้าให้ลูกค้าสามารถทำการเลือกซื้อได้ง่ายเนื่องจากมีการวางเป็นหมวดชัดเจน แล้วยังทำให้ผู้มีระเบียบและทำให้ลูกค้าสามารถหาสินค้าได้ง่ายอีกด้วย

2. ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากกับการมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ถูกต้อง ในระดับค่าเฉลี่ย 4.08 ทำให้พบว่าทางห้างฯ มีจุดแข็งของปัจจัยส่วนประสมด้านราคาด้านการมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจนถูกต้อง ซึ่งสามารถช่วยให้ลูกค้าทราบราคาสินค้าจากการที่มีการติดป้ายราคา และสามารถทำการเปรียบเทียบราคาสินค้าแต่ละชนิดได้โดยง่าย ซึ่งสามารถช่วยลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้นอีกด้วย

3. ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากกับการมีระยะเวลาเปิด-ปิดห้างฯ ที่แน่นอน ในระดับค่าเฉลี่ย 4.06 เนื่องจากทางห้างฯ จะมีระยะเวลาเปิด-ปิดร้านที่แน่นอน ซึ่งในวันหยุดต่าง ๆ ก็จะมีการปิดป้ายบอกให้แก่ลูกค้าว่าจะเปิด-ปิดวันใดบ้าง รวมทั้งมีเวลาการเปิด-ปิดร้านที่ตรงเวลา ทำให้ลูกค้าสามารถทราบวันและเวลาที่จะมาซื้อสินค้าจากทางห้างฯ ได้โดยสะดวก ไม่เสียเวลาในการเดินซื้อสินค้าจากห้างฯ ทางมาในกรณีที่ห้างฯ ปิด

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากกับพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ในระดับค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งการที่พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งนำไปสู่การสร้างลูกค้าประจำให้แก่ทางห้างฯ ได้

จุดอ่อน

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านมีบริการส่งสินค้าฟรีในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการในระดับค่าเฉลี่ย 3.60

2. ปัจจัยส่วนประสมด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นในสินค้าประเภทเดียวกันระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการในระดับค่าเฉลี่ย 3.66

3. ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านมีการให้บริการที่จอดรถที่ระดับปานกลางในระดับค่าเฉลี่ย 2.94 ซึ่งถือว่าเป็นระดับคะแนนที่น้อยที่สุดในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งช้าง

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปานกลางในมีการแจกใบปลิวเกี่ยวกับโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบ ในระดับค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ประเด็นในส่วนของสาเหตุในการกลับมาซื้อสินค้าที่ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งช้าง ซ้ำอีก

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องได้รับการบริการที่ดี เป็นกันเอง ทำให้เกิดความประทับใจต่อการกลับมาซื้อสินค้าจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งช้างซ้ำอีก ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาจนสู่การแนะนำเพื่อน/คนรู้จักมาใช้บริการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งช้างอีก ทำให้ทางห้างร้านควรที่จะทำการศึกษาว่าเหตุใดลูกค้าถึงมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานเพื่อที่จะรักษาระดับการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงศึกษาจุดด้อยในด้านการบริการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริการในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะสร้างลูกค้าประจำ และสร้างลูกค้าใหม่จากการบอกกล่าวของลูกค้าที่ประทับใจในการบริการของทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งช้างต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่ ได้พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการค้ำปลีกของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมสินค้าและบริการ (Goods and Service Mix)

ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่ ควรจัดหาสินค้าให้ครบ ทันสมัย หลายขนาด หลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ และให้มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ โดยเฉพาะสินค้าในหมวดอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรที่จะเพิ่มให้มีมากขึ้นเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าจากห้างร้านที่มีสินค้าครบ

ไม่ควรให้สินค้าขาดตลาด โดยควรมีการทำการตรวจสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะทำการจัดสินค้าให้มีเพียงพอต่อการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้า สำหรับกรณีที่สินค้ามีไม่พอต่อการจำหน่ายอาจจะแก้ไขได้ด้วยการทยอยส่งสินค้าให้ลูกค้าไปใช้ก่อนแล้วค่อยส่งให้ครบภายหลัง

ควรมีการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย ในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าในจำนวนที่ไม่เพียงพอต่อการขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งในกรณีที่สินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อการส่งทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่เชียงใหม่ควรมีการบอกลูกค้าล่วงหน้าว่าจะทำการคิดราคาค่าขนส่งตามราคาที่เหมาะสมต่อการขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าในแต่ละเที่ยว หรืออาจจะมีการช่วยทำการเรียกรถประจำทางมาช่วยส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยช่วยลูกค้าตกลงเรื่องค่าขนส่งกับทางรถประจำทางให้

ควรมีบริการหาช่างเพื่อที่จะติดตั้งสินค้า และซ่อมแซมให้แก่ลูกค้าด้วย เพราะพบว่าลูกค้าส่วนมากประสบปัญหาในการซื้อสินค้าไปแล้วแต่ไม่สามารถหาช่างติดตั้งสินค้า หรือซ่อมแซมได้

2. ปัจจัยส่วนประสมราคา (Price Mix)

ควรมีส่วนลดให้แก่ลูกค้า เช่นในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าเป็นเงินสด ซื้อสินค้าเป็นเงินจำนวนมาก หรือเป็นลูกค้าประจำ เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสร้างลูกค้าประจำขึ้นมาได้

สำหรับกรณีที่ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมแก่ลูกค้าในสินค้าทุกชนิด ควรคิดค่าธรรมเนียมเฉพาะสินค้าที่ทำกำไรได้น้อยเท่านั้น และไม่ควรถูกคิดค่าธรรมเนียมเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ที่สูงเกินไป

ทางห้างฯควรมีการศึกษาราคาสินค้าเทียบกับคู่แข่งด้วย เนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันในตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงราคาสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาราคาสินค้าของตนเองเทียบกับคู่แข่ง เพื่อที่จะนำมาตั้งราคาขายสินค้าในระดับราคาที่ลูกค้าพึงพอใจมากกว่าร้านอื่นในสินค้าประเภทเดียวกัน

3. ปัจจัยส่วนประสมการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Mix)

ควรมีการเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เนื่องจากบริเวณห้างหุ้นส่วนจำกัด ดั่งอุ้งเชิง และบริเวณโดยรอบหาที่จอดรถได้ลำบาก โดยทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิงควรที่จะหาพื้นที่ว่างเช่าไว้สำหรับรองรับลูกค้าที่เข้ามาทำการซื้อสินค้าจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิง และมีการติดป้ายให้เด่นชัดเพื่อที่จะแจ้งให้ลูกค้าทราบว่ามีการจอดรถสำหรับลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิง ไว้สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

ส่วนทางด้าน การสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิง ควรที่จะมีพนักงานคอยรับโทรศัพท์ที่มีความแม่นยำในเกี่ยวกับตัวสินค้าสำหรับลูกค้าทั้งในด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และเรื่องราคาสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากลูกค้าประสบปัญหาในเรื่องราคาที่ไม่ตรงกันของการขายตรงโดยพนักงานขายกับการสั่งซื้อสินค้าเองทางโทรศัพท์ และเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ควรจัดหน้าร้าน และตกแต่งหน้าร้านให้สะอาดตา รวมถึงจัดร้านให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกในการหาสินค้าของลูกค้า จัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ และมีการทำความสะอาดสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication Mix)

ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ ด้วยเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิง มากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรมีการแจกใบปลิว แคตตาล็อกต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าสามารถทราบได้ว่ามีสินค้าชนิดใดบ้างที่สามารถทำการสั่งซื้อได้จากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอุ้งเชิง

ควรมีการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้แก่ลูกค้ามากขึ้น เนื่องจากพบว่าลูกค้าส่วนมากไม่ทราบข่าวสารทางการตลาด และพบว่าส่วนมากบริษัท และห้างร้านต่าง ๆ ที่ทำการจัดจำหน่าย

วัสดุก่อสร้างไม่มีการติดตามบริการลูกค้าหลังจากขายสินค้าให้แก่ลูกค้า และแจ้งข้อมูลข่าวสารทางตลาดให้แก่ลูกค้า ถ้าทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งมีการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงมีการให้บริการหลังการขาย จะสามารถสร้างความประทับใจและสร้างลูกค้าประจำให้แก่ทางร้านได้

ควรมีการจัดการส่งเสริมการขาย โดยเพิ่มการลด แลก แจก แถม ให้แก่ลูกค้ามากกว่านี้ ส่วนของแถมบางอย่างลูกค้าก็ไม่สนใจ ควรมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าด้วยว่าลูกค้าต้องการให้ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง จัดสินค้าจำพวกใดให้เป็นของแถมแก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่ม

5. ประเด็นในส่วนสาเหตุของการไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าที่ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง ซ้ำอีก

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้สาเหตุของการไม่แน่ใจว่าจะกลับมาซื้อสินค้าที่ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งซ้ำอีกเพราะว่าแวะผ่านมา /ห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งตั้งอยู่ไกล ทางห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่งควรทำการรักษาลูกค้าประจำ และให้บริการที่เป็นกันเองกับลูกค้าที่พักอาศัยในบริเวณใกล้เคียงกับทำเลที่ตั้งของร้าน เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาในส่วนนี้ ส่วนลูกค้าที่อยู่ไกลก็ควรให้การบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าด้วย เช่น มีการบริการช่วยส่งสินค้าให้ หรือมีการแจ้งข่าวสารทางตลาดให้แก่ลูกค้า เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การซื้อซ้ำอีกในอนาคต

ข้อจำกัดในการศึกษา

สำหรับในส่วนของการแจกแบบสอบถามทางผู้แจกแบบสอบถามพบว่าการแจกแบบสอบถามที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ตั้งอยู่ซึ่ง นั้นสามารถได้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ชัดเจนคือลูกค้าที่นำสินค้าไปใช้เอง แต่ก็มีข้อเสียบางอย่างดังนี้คือ เนื่องจากการแจกแบบสอบถามหลังจากลูกค้าซื้อสินค้าเสร็จ ลูกค้าบางรายไม่มีเวลาพอที่จะตอบแบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลบางอย่างที่ไม่ชัดเจนเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความเร่งรีบอาจจะทำให้อ่านแบบสอบถามได้ไม่เข้าใจดีนัก ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจจะมีความไม่ชัดเจนนัก อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะเกิดความกดดันในระหว่างที่ตอบแบบสอบถามเนื่องจากการยืนรอจากตัวผู้แจกแบบสอบถามเอง