

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของร้านค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเดอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการสรุปคุณสมบัติและนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า จำนวน 176 ราย

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าหรือผู้ประกอบการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำนวน 176 ราย

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามเขตความรับผิดชอบ

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามเขตความรับผิดชอบและกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการที่และข้อเสนอแนะมีต่อส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและร้านค้า จำนวน 176 ราย ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รูปแบบธุรกิจ จำนวนพนักงานในร้าน ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน สถานที่ตั้ง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	86	48.86
หญิง	90	51.14
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.14 และเพศชาย จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.86

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือต่ำกว่า	2	1.14
21 – 30 ปี	10	5.68
31 – 40 ปี	80	45.45
41 – 50 ปี	65	36.93
51 – 60 ปี	15	8.52
มากกว่า 60 ปี	4	2.27
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา คือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.93 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.52 อายุ 21 – 30 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.68 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.27 อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	133	75.57
ผู้จัดการ	24	13.64
พนักงาน	19	10.79
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.57 รองลงมาเป็นผู้จัดการจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.64 และพนักงานจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	5.11
มัธยมศึกษาตอนต้น	12	6.82
มัธยมปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	37	21.02
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	46	26.14
ปริญญาตรี	69	39.20
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3	1.70
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดเป็นจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมา คือ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่าจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.14 ระดับมัธยมปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.02 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.82 ระดับประถมศึกษาจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.11 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	130	73.86
ห้างหุ้นส่วน จำกัด	33	18.75
บริษัท จำกัด	13	7.39
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.86 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 และเป็นบริษัท จำกัดจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานในร้าน

จำนวนพนักงานในร้าน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 คน	101	57.39
6 – 10 คน	32	18.18
11 – 15 คน	18	10.23
16 – 20 คน	11	6.25
มากกว่า 20 คน	14	7.95
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานในร้าน 1 – 5 คนมากที่สุด จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.39 รองลงมามีจำนวนพนักงานในร้าน 6 – 10 คน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.18 มีพนักงาน 11-15 คน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.23 มีพนักงานมากกว่า 20 คน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.95 และมีพนักงาน 16 – 20 คน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	- จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	79	44.89
50,000 – 100,000 บาท	42	23.86
100,001 – 200,000 บาท	22	12.50
200,001 – 300,000 บาท	14	7.95
300,001 – 400,000 บาท	9	5.11
สูงกว่า 400,000 บาท	10	5.68
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมียอดการสั่งซื้อต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท มากที่สุดเป็นจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.89 รองลงมา คือ มียอดสั่งซื้อ 50,000 – 100,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.86 มียอดสั่งซื้อ 100,001 – 200,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็น ร้อยละ 12.50 มียอดสั่งซื้อ 200,001 – 300,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.95 มียอดสั่งซื้อ สูงกว่า 400,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.68 และมียอดสั่งซื้อ 300,001 – 400,000 บาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อ เดือน

กลุ่ม	ยอดการสั่งซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
A	ต่ำกว่า 50,000 บาท	79	44.89
B	50,000 – 200,000 บาท	64	36.36
C	สูงกว่า 200,000 บาท	33	18.75
	รวม	176	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม A มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท มากที่สุดเป็นจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.89 รองลงมา คือ กลุ่ม B มียอดสั่งซื้อ

50,000 – 200,000 บาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.36 และกลุ่ม C มียอดสั่งซื้อสูงกว่า 200,00 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดอุดรธานี	45	25.57
จังหวัดสกลนคร	35	19.89
จังหวัดนครพนม	16	9.09
จังหวัดหนองคาย	34	19.32
จังหวัดเลย	27	15.34
จังหวัดหนองบัวลำภู	10	5.68
จังหวัดบึงกาฬ	9	5.11
รวม	176	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ตั้งในจังหวัดอุดรธานีมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.57 รองลงมา คือ มีสถานที่ตั้งในจังหวัดสกลนคร จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.89 มีสถานที่ตั้งในจังหวัดหนองคาย จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.32 มีสถานที่ตั้งในจังหวัดเลย จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.34 มีสถานที่ตั้งในจังหวัดนครพนม จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.09 มีสถานที่ตั้งในจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.68 และมีสถานที่ตั้งในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตความรับผิดชอบ

เขตความรับผิดชอบ	จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
1	จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดเลย	82	46.59
2	จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม	51	28.98
3	จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ	43	24.43
	รวม	176	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ตั้งในเขตความรับผิดชอบ 1 มากที่สุด จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.59 รองลงมา คือ มีสถานที่ตั้งในเขตความรับผิดชอบ 2 จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.98 และมีสถานที่ตั้งในเขตความรับผิดชอบ 3 จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.43 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทเดอบีล จำกัด ในปัจจัยด้านต่าง ๆ จำนวนทั้ง 7 ปัจจัย จำนวน 176 ราย

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพหรือบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	87 (49.43)	63 (35.80)	14 (7.95)	12 (6.82)	-	4.28 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	78 (44.32)	76 (43.18)	16 (9.09)	6 (3.41)	-	4.28 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท	42 (23.86)	68 (38.64)	61 (34.66)	5 (2.84)	-	3.84 (มาก)
คุณภาพของบรรจุภัณฑ์	68 (38.64)	92 (52.27)	14 (7.95)	2 (1.14)	-	4.28 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ	30 (17.05)	54 (30.68)	62 (35.23)	28 (15.91)	2 (1.14)	3.47 (ปานกลาง)
รวม						4.03 (มาก)

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย

4.28) คุณภาพของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

2. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
โครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์	9 (5.11)	31 (17.61)	112 (63.64)	21 (11.93)	3 (1.70)	3.13 (ปานกลาง)
กำไรต่อหน่วย (ถัง)	7 (3.98)	19 (10.80)	120 (68.18)	29 (16.48)	1 (0.57)	3.01 (ปานกลาง)
รวม						3.07 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในเรื่องโครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และกำไรต่อหน่วย (ถัง) (ค่าเฉลี่ย 3.01)



3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบเทล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า เช่น พนักงานขาย โทรศัพท์ โทรสาร	60 (34.09)	83 (47.16)	28 (15.91)	5 (2.84)	-	4.13 (มาก)
ช่องทางในการจัดส่งสินค้า	53 (30.11)	81 (46.02)	34 (19.32)	8 (4.55)	-	4.02 (มาก)
การจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้า ชั้นโชว์ สินค้า ชั้นวางสินค้าของพนักงานบริษัท	35 (19.87)	60 (34.09)	64 (36.36)	15 (8.52)	2 (1.14)	3.63 (มาก)
รวม						3.92 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องช่องทางการสั่งซื้อสินค้า เช่น พนักงานขาย โทรศัพท์ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.13) ช่องทางในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้า ชั้นโชว์สินค้า ชั้นวางสินค้าของพนักงานบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.63)

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโปสเตอร์ สติกเกอร์ ผ้าใบแบนเนอร์	49 (27.84)	54 (30.68)	66 (37.5)	7 (3.98)	-	3.82 (มาก)
การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	39 (22.16)	79 (44.89)	46 (26.14)	12 (6.82)	-	3.82 (มาก)
การให้สินค้าแถมหรือของสมนาคุณ	28 (15.91)	74 (42.05)	63 (35.80)	7 (3.98)	4 (2.27)	3.65 (มาก)
การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล	30 (17.05)	76 (43.18)	60 (34.09)	8 (4.55)	2 (1.14)	3.70 (มาก)
รวม						3.75 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโปสเตอร์ สติกเกอร์ ผ้าใบแบนเนอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการให้สินค้าแถมหรือของสมนาคุณ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีเอล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การแต่งกายของพนักงาน	78 (44.32)	62 (35.23)	32 (18.18)	4 (2.27)	-	4.22 (มาก)
พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและมีมารยาท	88 (50.00)	68 (38.64)	17 (9.66)	3 (1.70)	-	4.37 (มาก)
พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ	90 (51.14)	65 (36.93)	14 (7.95)	6 (3.41)	1 (0.57)	4.35 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	65 (36.93)	66 (37.50)	41 (23.30)	4 (2.27)	-	4.09 (มาก)
พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	54 (30.68)	66 (37.50)	50 (28.41)	5 (2.84)	1 (0.57)	3.95 (มาก)
พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้าใหม่	50 (28.41)	74 (42.05)	46 (26.14)	6 (3.41)	-	3.95 (มาก)
พนักงานดูแลสินค้าและให้ความสำคัญในการจัดสินค้า	45 (25.57)	64 (36.36)	64 (36.36)	3 (1.70)	-	3.86 (มาก)
พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้	47 (26.70)	74 (42.05)	51 (28.98)	4 (2.27)	-	3.93 (มาก)
รวม						4.08 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคล ในเรื่องพนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและมีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานมี

ความสนใจและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงานดูแลสินค้า และให้ความสำคัญในการจัดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86)

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (Physical Evidence and Presentation or Services)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท	91 (51.70)	52 (29.55)	32 (18.18)	1 (0.57)	-	4.32 (มาก)
รูปลักษณะของอุปกรณ์ช่วยขายต่างๆ เช่น เนทบู๊ค	93 (52.84)	47 (26.70)	31 (17.61)	5 (2.84)	-	4.30 (มาก)
รูปลักษณะ สีสีนของรถส่งสินค้า	92 (52.27)	48 (27.27)	28 (15.91)	8 (4.55)	-	4.27 (มาก)
ความถี่ในการเข้าเยี่ยมของพนักงานขาย	60 (34.09)	60 (34.09)	39 (22.16)	17 (9.66)	-	3.93 (มาก)
รวม						4.20 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ ในเรื่องรูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.32) รูปลักษณะของอุปกรณ์ช่วยขายต่างๆ เช่น เนทบู๊ค (ค่าเฉลี่ย 4.30)

รูปลักษณะสีต้นของรถส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความถี่ในการเข้าเยี่ยมของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93)

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีเจ จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	70 (39.77)	71 (40.34)	34 (19.32)	1 (0.57)	-	4.19 (มาก)
สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้	88 (50.00)	56 (31.82)	25 (14.20)	7 (3.98)	-	4.28 (มาก)
วิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด การให้เครดิต การค้า	13 (7.39)	62 (35.23)	70 (39.77)	29 (16.48)	2 (1.14)	3.31 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	68 (38.64)	87 (49.43)	19 (10.80)	2 (2.84)	2 (1.14)	4.26 (มาก)
ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการสินค้าเพิ่มพิเศษ	25 (14.20)	58 (32.95)	75 (42.61)	17 (9.66)	1 (0.57)	3.51 (มาก)
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	41 (23.30)	69 (39.20)	53 (30.11)	13 (7.39)	-	3.78 (มาก)
รวม						3.88 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในเรื่องสินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.26) การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย

4.19) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการ สินค้าเพิ่มพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด การให้เครดิตการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีเอส จำกัด สาขาอุดรธานีที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	4.20 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.08 (มาก)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.88 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.07 (ปานกลาง)
รวม	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เดอบีเอส จำกัด จำแนกตามปัจจัยด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ลำดับที่ 3 ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ลำดับที่ 4 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ลำดับที่ 5 ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ลำดับที่ 6 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ที่ระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และลำดับที่ 7 ปัจจัยด้านราคา อยู่ที่ระดับความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (ผลิตภัณฑ์)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	46 (26.14)	26 (14.77)	3 (1.70)	4 (2.27)	-	4.44 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	28 (15.91)	26 (14.77)	7 (3.98)	3 (1.70)	-	4.20 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	13 (7.39)	11 (6.25)	4 (2.27)	5 (2.84)	-	3.90 (มาก)
รวม						4.28 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 4.20) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.90)

2. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีเอล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านราคา

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (ราคา)					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	5 (2.84)	15 (8.52)	44 (25.00)	14 (7.95)	1 (0.57)	3.11 (ปานกลาง)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	4 (2.27)	10 (5.68)	44 (25.00)	5 (2.84)	1 (0.57)	3.20 (ปานกลาง)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	-	6 (3.41)	24 (13.63)	2 (1.14)	1 (0.57)	3.07 (ปานกลาง)
รวม						3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยกลุ่ม B มีความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.20) รองลงมาคือ กลุ่ม A (ค่าเฉลี่ย 3.11) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.07)

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (การจัดจำหน่าย)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	29 (16.48)	40 (22.73)	9 (5.11)	1 (0.57)	-	4.23 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	22 (12.50)	27 (15.34)	3 (1.70)	2 (1.14)	-	4.08 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	9 (5.11)	16 (9.09)	6 (3.41)	2 (1.14)	-	3.94 (มาก)
รวม						4.13 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 4.08) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.94)

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (การส่งเสริมการตลาด)					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	27 (15.34)	27 (15.34)	25 (14.20)	-	-	4.03 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	15 (8.52)	19 (10.80)	25 (14.20)	5 (2.84)	-	3.68 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	7 (3.98)	8 (4.55)	16 (9.10)	2 (1.14)	-	3.58 (มาก)
รวม						3.82 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 3.68) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.58)

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านบุคคล

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (บุคคล)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	40 (22.73)	24 (13.64)	14 (7.95)	1 (0.57)	-	4.30 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	26 (14.77)	28 (15.91)	9 (5.11)	1 (0.57)	-	4.18 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	12 (6.82)	10 (5.68)	9 (5.11)	2 (1.14)	-	3.93 (มาก)
รวม						4.22 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 4.18) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.93)

6.ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (Physical Evidence and Presentation or Services)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หรือการบริการ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	46 (26.14)	20 (11.36)	13 (7.39)	-	-	4.42 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	33 (18.75)	21 (11.93)	10 (5.68)	-	-	4.30 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	12 (6.82)	11 (6.25)	9 (5.11)	1 (0.57)	-	3.99 (มาก)
รวม						4.32 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 4.30) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.99)

7.ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านกระบวนการ

กลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจ (กระบวนการ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
กลุ่ม A (น้อยกว่า 50,000 บาท)	37 (21.02)	37 (21.02)	5 (2.84)	-	-	4.41 (มาก)
กลุ่ม B (50,000 – 200,000 บาท)	24 (13.63)	21 (11.93)	18 (10.23)	1 (0.57)	-	3.99 (มาก)
กลุ่ม C (สูงกว่า 200,000 บาท)	9 (5.11)	13 (7.39)	11 (6.25)	-	-	3.91 (มาก)
รวม						4.19 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยกลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 3.99) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคเบิ้ลจำกัด สาขาอุตรธานี ทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	กลุ่ม A	กลุ่ม B	กลุ่ม C
	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.44 (มาก)	4.20 (มาก)	3.90 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	3.94 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03 (มาก)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.30 (มาก)	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	4.42 (มาก)	4.30 (มาก)	3.99 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.41 (มาก)	3.99 (มาก)	3.91 (มาก)
รวม	4.13 (มาก)	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เคเบิ้ล จำกัด จำแนกตามกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 กลุ่ม โดยพบว่ากลุ่ม A มีความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ กลุ่ม B (ค่าเฉลี่ย 3.95) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่ม C (ค่าเฉลี่ย 3.76)

เมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนพบว่า กลุ่ม A (ยอดการสั่งซื้อน้อยกว่า 50,000 บาท) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเคเบิ้ล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.44), ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ

ลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42), ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.41), ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.30), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.23), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.03) และปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

กลุ่ม B (ยอดการสั่งซื้อ 50,000 – 200,000 บาท) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเดอบีล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20), ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.18), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08), ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.99), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

กลุ่ม C (ยอดการสั่งซื้อสูงกว่า 200,000 บาท) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเดอบีล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94), ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.93), ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.91), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามเขตความรับผิดชอบ

1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านผลิตภัณฑ์

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (ผลิตภัณฑ์)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย)	40 (22.73)	33 (18.75)	5 (2.84)	4 (2.27)	-	4.13 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	18 (10.23)	22 (12.50)	8 (4.55)	3 (1.70)	-	4.04 (มาก)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	29 (16.48)	8 (4.55)	1 (0.57)	5 (2.84)	-	4.35 (มาก)
รวม						4.28 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยเขต 3 มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ เขต 1 (ค่าเฉลี่ย 4.13) และลำดับสุดท้ายคือเขต 2 (ค่าเฉลี่ย 4.04)

2.ปัจจัยด้านราคา (Price)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านราคา

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (ราคา)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลข)	6 (3.41)	17 (9.66)	53 (30.11)	5 (2.84)	1 (0.57)	3.23 (ปานกลาง)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	1 (0.57)	5 (2.84)	37 (21.02)	7 (3.98)	1 (0.57)	2.92 (ปานกลาง)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	2 (1.14)	9 (5.11)	22 (12.50)	9 (5.11)	1 (0.57)	2.99 (ปานกลาง)
รวม						3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยเขต 1 มีความพึงพอใจปานกลางเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมาคือ เขต 3 (ค่าเฉลี่ย 2.99) และลำดับสุดท้ายคือเขต 2 (ค่าเฉลี่ย 2.92)

3.ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (การจัดจำหน่าย)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลข)	23 (13.07)	44 (25.00)	13 (7.39)	2 (1.14)	-	4.08 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	14 (7.95)	26 (14.77)	9 (5.11)	2 (1.14)	-	4.08 (มาก)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	23 (13.07)	13 (7.39)	6 (3.41)	1 (0.57)	-	4.41 (มาก)
รวม						4.13 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยเขต 3 มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ เขต 1 และเขต 2 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)



4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (การส่งเสริมการตลาด)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย)	20 (11.36)	26 (14.77)	35 (19.87)	1 (0.57)	-	3.69 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	6 (3.41)	14 (7.95)	26 (14.77)	5 (2.84)	-	3.49 (ปานกลาง)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	23 (13.07)	14 (7.95)	5 (2.84)	1 (0.57)	-	4.28 ¹ (มาก)
รวม						3.82 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยเขต 3 มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ เขต 1 (ค่าเฉลี่ย 3.69) และลำดับสุดท้ายคือ 2 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ด้านบุคคล

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (บุคคล)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลข)	31 (17.61)	35 (19.87)	14 (7.95)	2 (1.14)	-	4.00 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	23 (13.07)	19 (10.80)	9 (5.11)	-	-	4.30 (มาก)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	24 (13.64)	8 (4.55)	9 (5.11)	2 (1.14)	-	4.32 (มาก)
รวม						4.22 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยเขต 3 มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ เขต 2 (ค่าเฉลี่ย 4.30) และลำดับสุดท้ายคือเขต 1 (ค่าเฉลี่ย 4.00)

6.ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (Physical Evidence and Presentation or Services)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีเวล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หรือบริการ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุตรธานี หนองบัวลำภู เลข)	35 (19.87)	31 (17.61)	16 (9.09)	-	-	4.16 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	33 (18.75)	10 (5.68)	8 (4.55)	-	-	4.51 (มากที่สุด)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	23 (13.07)	11 (6.25)	8 (4.55)	1 (0.57)	-	4.40 (มาก)
รวม						4.32 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยเขต 2 มีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือเขต 3 มีความพึงพอใจระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) และลำดับสุดท้ายคือเขต 1 (ค่าเฉลี่ย 4.16)

7.ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ด้านกระบวนการ

เขตความรับผิดชอบ	ระดับความพึงพอใจ (กระบวนการ)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
เขต 1 (อุตรธานี หนองบัวลำภู เลข)	18 (10.23)	45 (25.57)	19 (10.80)	-	-	3.90 (มาก)
เขต 2 (สกลนคร นครพนม)	27 (9.66)	14 (7.95)	9 (5.11)	1 (0.57)	-	4.36 (มาก)
เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ)	25 (14.20)	12 (6.82)	6 (3.41)	-	-	4.48 (มาก)
รวม						4.19 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 เขตมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยเขต 3 มีความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ เขต 2 (ค่าเฉลี่ย 4.36) และลำดับสุดท้ายคือเขต 1 (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของเขตความรับผิดชอบ ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	เขต 1	เขต 2	เขต 3
	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าเฉลี่ยรวม
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)	4.35 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.23 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	4.41 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.69 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	4.28 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ	4.16 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.90 (มาก)	4.36 (มาก)	4.48 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เดอบีล จำกัด จำแนกตามเขตความรับผิดชอบโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดทั้ง 3 เขต โดยพบว่าเขต 3 มีความพึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ เขต 1 (ค่าเฉลี่ย 3.88) และลำดับสุดท้ายคือเขต 2 (ค่าเฉลี่ย 3.81)

เมื่อพิจารณาแต่ละเขตความรับผิดชอบพบว่า เขต 3 (หนองคาย บึงกาฬ) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเดอบีล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย

4.41), ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.32), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99)

เขต 1 (อุครธานี หนองบัวลำภู เลข) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเคอเบล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08), ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.00), ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.90), ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23)

เขต 2 (สกลนคร นครพนม) มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัทเคอเบล เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ มีความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51), ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36), ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.30), ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.08), ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49), ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.92)



ตอนที่ 5 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของร้านค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน จำแนกตามเขตความรับผิดชอบและกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ตารางที่ 35 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความรับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอะเบล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 1			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์				
ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	4.41 (มาก)	4.35 (มาก)	3.94 (มาก)	4.29 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท	4.29 (มาก)	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)
คุณภาพของบรรจุภัณฑ์	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	3.94 (มาก)	4.26 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)
รวม	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)	3.85 (มาก)	4.13 (มาก)
ด้านราคา				
โครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์	3.32 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
กำไรต่อหน่วย (ลิ่ง)	3.15 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
รวม	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล
จำกัด สาขาอุรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 1			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านการจัดจำหน่าย				
ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า เช่น พนักงานขาย โทรศัพท์ โทรสาร	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
ช่องทางในการจัดส่งสินค้า	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)
การจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้า ชั้นโชว์สินค้า ชั้นวางสินค้าของพนักงานบริษัท	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.41 (มาก)	3.76 (มาก)
รวม	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ตามสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโปสเตอร์ สติกเกอร์ ฝ่าใบ แบนเนอร์	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)	3.59 (มาก)	3.87 (มาก)
การให้สินค้าแถมหรือของสมนาคุณ	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)	3.84 (มาก)
รวม	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
 รับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล
 จำกัด สาขาอุครธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 1			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านบุคคล				
การแต่งกายของพนักงาน	4.15 (มาก)	4.35 (มาก)	3.82 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและมีมารยาท	4.38 (มาก)	4.35 (มาก)	4.12 (มาก)	4.32 (มาก)
พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ	4.47 (มาก)	4.32 (มาก)	4.12 (มาก)	4.34 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในตัว ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)
พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้า ใหม่	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)
พนักงานดูแลสินค้าและให้ความสำคัญในการ จัดสินค้า	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)
รวม	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล
จำกัด สาขาอุตรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 1			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ				
รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท	4.24 (มาก)	4.39 (มาก)	3.94 (มาก)	4.23 (มาก)
รูปลักษณะของอุปกรณ์ช่วยขายต่างๆ เช่น เนทบู๊ค	4.26 (มาก)	4.45 (มาก)	3.94 (มาก)	4.27 (มาก)
รูปลักษณะ สี สันของรถส่งสินค้า	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)
ความถี่ในการเข้าเยี่ยมของพนักงานขาย	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)
รวม	4.15 (มาก)	4.26 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
 รับผิดชอบ 1 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด
 สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 1			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านกระบวนการ				
การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและ รวดเร็ว	4.15 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)	3.99 (มาก)
สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	3.88 (มาก)	4.15 (มาก)
วิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด การให้เครดิต การค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)
ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	4.12 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการ สินค้าเพิ่มพิเศษ	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของ ลูกค้า	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)
รวม	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)
ส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวม เขตความรับผิดชอบ 1	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เดอบีล จำกัด
 ของเขตความรับผิดชอบ 1 (อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึง
 พอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยพบว่ากลุ่มยอดการสั่งซื้อ A (น้อยกว่า 50,000 บาท) มีความพึงพอใจ

มากเป็นลำดับที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ กลุ่มยอดการสั่งซื้อ B (50,000 – 200,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.90) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่มยอดการสั่งซื้อ C (สูงกว่า 200,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 36 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความรับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 2			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์				
ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.08 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท	3.82 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)
คุณภาพของบรรจุภัณฑ์	4.35 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
รวม	4.03 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	3.87 (มาก)
ด้านราคา				
โครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์	2.76 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
กำไรต่อหน่วย (ล้ง)	2.71 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
รวม	2.73 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล
จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 2			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านการจัดจำหน่าย				
ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า เช่น พนักงานขาย โทรศัพท์ โทรสาร	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.02 (มาก)
ช่องทางในการจัดส่งสินค้า	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)
การจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้า ชั้น โชว์สินค้า ชั้นวางสินค้าของพนักงานบริษัท	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
รวม	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ตามสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโปสเตอร์ สติกเกอร์ ผ้าใบ แบนเนอร์	3.65 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การให้สินค้าแถมหรือของสมนาคุณ	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล	3.18 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีเอ
จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 2			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านบุคลิก				
การแต่งกายของพนักงาน	4.53 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	4.27 (มาก)
พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและมีมารยาท	4.53 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ	4.47 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในตัว ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้า ใหม่	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)
พนักงานดูแลสินค้าและให้ความสำคัญในการ จัดสินค้า	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)
รวม	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล
จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 2			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ				
รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท	4.82 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.23 (มาก)	4.49 (มาก)
รูปลักษณะของอุปกรณ์ช่วยขายต่างๆ เช่น เนทบู๊ค	4.76 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)
รูปลักษณะ สี สันของรถส่งสินค้า	4.76 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.43 (มาก)
ความถี่ในการเข้าเยี่ยมของพนักงานขาย	3.88 (มาก)	3.76 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
รวม	4.55 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	3.92 (มาก)	4.24 (มาก)
ด้านกระบวนการ				
การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและรวดเร็ว	4.71 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.31 (มาก)
สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้	4.76 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	3.92 (มาก)	4.31 (มาก)
วิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด การให้เครดิตการค้า	2.65 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	4.65 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.35 (มาก)
ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการสินค้าเพิ่มพิเศษ	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความรับผิดชอบ 2 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 2			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
รวม	3.95 (มาก)	3.73 (มาก)	3.06 (มาก)	3.77 (มาก)
ส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวม เขตความรับผิดชอบ 2	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เดอบีล จำกัด ของเขตความรับผิดชอบ 2 (สกลนคร นครพนม) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยพบว่ากลุ่มยอดการสั่งซื้อ A (น้อยกว่า 50,000 บาท) มีความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ กลุ่มยอดการสั่งซื้อ B (50,000 – 200,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.66) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่มยอดการสั่งซื้อ C (สูงกว่า 200,000 บาท) มีความพึงพอใจปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตารางที่ 37 แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเนื่องของเขตความรับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 3			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์				
ชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	4.57 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าของบริษัท	3.75 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
คุณภาพของบรรจุภัณฑ์	4.54 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.47 (มาก)
มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาจำหน่ายเสมอ	3.39 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
รวม	4.15 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
ด้านราคา				
โครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
กำไรต่อหน่วย (ลึง)	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
รวม	3.05 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีเอ
จำกัด สาขาอุตรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 3			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ด้านการจัดจำหน่าย				
ช่องทางการสั่งซื้อสินค้า เช่น พนักงานขาย โทรศัพท์ โทรสาร	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)
ช่องทางในการจัดส่งสินค้า	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	3.67 (มาก)	4.23 (มาก)
การจัดเรียงสินค้าในคลังสินค้า ชั้นโชว์สินค้า ชั้นวางสินค้าของพนักงานบริษัท	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
รวม	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	3.77 (มาก)	4.07 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ตามสื่อ โฆษณาต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโปสเตอร์ สติกเกอร์ ฝ่าใบ แบนเนอร์	4.39 (มาก)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)
การให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	4.29 (มาก)	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)
การให้สินค้าแถมหรือของสมนาคุณ	4.04 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)
การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
รวม	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)	3.75 (มาก)	4.12 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความรับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุตรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 3			
	กลุ่มยอดการสั่งซื้อ A	กลุ่มยอดการสั่งซื้อ B	กลุ่มยอดการสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านบุคคล				
การแต่งกายของพนักงาน	4.36 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)
พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและมีมารยาท	4.61 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานมีความสนใจและเต็มใจให้บริการ	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	4.61 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
พนักงานให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	4.61 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานให้ความรู้แก่ลูกค้าเมื่อมีสินค้าใหม่	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)
พนักงานดูแลสินค้าและให้ความสำคัญในการจัดสินค้า	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)
พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้	4.54 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)
รวม	4.52 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความ
รับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีเอ
จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 3			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือการบริการ				
รูปแบบเครื่องแบบพนักงานของบริษัท	4.39 (มาก)	4.25 (มาก)	3.67 (มาก)	4.30 (มาก)
รูปลักษณะของอุปกรณ์ช่วยขายต่างๆ เช่น เนทบูค	4.39 (มาก)	4.08 (มาก)	3.67 (มาก)	4.26 (มาก)
รูปลักษณะ สี สันของรถส่งสินค้า	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	4.23 (มาก)
ความถี่ในการเข้าเยี่ยมของพนักงานขาย	4.32 (มาก)	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)
รวม	4.37 (มาก)	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)	4.26 (มาก)
ด้านกระบวนการ				
การส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าถูกต้องและ รวดเร็ว	4.54 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)
สินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.49 (มาก)
วิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด การให้เครดิต การค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.49 (มาก)
ความรวดเร็วในการส่งสินค้าเมื่อต้องการ สินค้าเพิ่มพิเศษ	3.86 (มาก)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจของกลุ่มยอดการสั่งซื้อต่อเดือนของเขตความรับผิดชอบ 3 ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อบริษัทเดอบีล จำกัด สาขาอุดรธานี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตความรับผิดชอบ 3			
	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ A	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ B	กลุ่มยอด การสั่งซื้อ C	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อปัญหาของลูกค้า	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)
รวม	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	4.12 (มาก)
ส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวม เขตความรับผิดชอบ 3	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าระดับความพึงพอใจในการบริการของบริษัท เดอบีล จำกัด ของเขตความรับผิดชอบ 3 (หนองคาย บึงกาฬ) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยพบว่ากลุ่มยอดการสั่งซื้อ A (น้อยกว่า 50,000 บาท) มีความพึงพอใจมากเป็นลำดับที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ กลุ่มยอดการสั่งซื้อ B (50,000 – 200,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.92) และลำดับสุดท้ายคือกลุ่มยอดการสั่งซื้อ C (สูงกว่า 200,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการและข้อเสนอแนะ

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 8.52 หรือจำนวน 15 ราย ตอบในส่วนของปัญหาในการให้บริการและข้อเสนอแนะต่างๆ โดยมีรายละเอียดแยกตามหมวดหมู่ประเด็นปัญหา ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและข้อเสนอที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด
บริการของบริษัทเคอเบล จำกัด สาขาอุดรธานี

ประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	3	18.75
ด้านราคา	2	12.50
ด้านการจัดจำหน่าย	2	12.50
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3	18.75
ด้านบุคคล	3	18.75
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือบริการ	1	6.25
ด้านกระบวนการ	2	12.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ประเด็น

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาและให้ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านละจำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ จำนวนด้านละ 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 12.50 เท่ากัน และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือบริการ จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.25

จากข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ความต่อเนื่องของสินค้าควรมีขายตลอดไม่ขาดตลาด เช่น กาแฟเปรี้ยว ควรจัดให้มีตัวอย่างสินค้าไว้แสดงให้ลูกค้าชม ขวดสปอนเซอร์แตกง่าย และควรมีกถ่องกระดาษสำรองไว้เปลี่ยนเวลากถ่องเปียก

2. ปัจจัยด้านราคา

สินค้ามีกำไรน้อย ราคาขายปลีกเพียวริชควรปรับเป็น 10 บาทเท่าเดิม และราคาต้นทุนควรต่ำกว่านี้เพื่อจะได้มีกำไรมากขึ้น

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ควรมีหน่วยกระจายสินค้าและจัดกิจกรรมช่วยระบายสินค้า การส่งสินค้าเป็นรถเทลอร์ สะดวกและรวดเร็วดี

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ควรจัดให้มีโฆษณาให้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์และต่อเนื่องทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่และเก่า ควรจัดโปรโมชันให้มากกว่าปัจจุบัน เช่น ลดราคา มีของแถม เพื่อจะได้ทำให้ต้นทุนต่ำ จัดหาป้ายโฆษณาติดหน้าร้านให้มากขึ้นกว่าปัจจุบัน

5. ปัจจัยด้านบุคคล

ไม่ประทับใจพนักงาน Direct shipment (SCG) ที่ส่งของตรงมาจากโรงงาน การให้บริการของพนักงานบริษัทดี พนักงานขนส่งแต่งกายสุภาพ

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพหรือบริการ

ชุดพนักงานขนส่งมีเอกลักษณ์รู้ว่าเป็นพนักงานบริษัทเดอบอล

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

เมื่อลูกค้าชำระเงินก่อนควรจัดส่งสินค้าให้เร็วที่สุด ไม่ควรเกิน 1 วัน สามารถคืนสินค้าที่เสียหายได้สะดวก รวดเร็วดี

