

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ลูกค้าของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำนวน 766 ราย โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาที่ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าเป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 62.7 ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 51.0 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.3 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 90.5 ส่วนมากเปิดกิจการมานานมากกว่า 3 ปี ร้อยละ 73.0 จัดตั้งเป็นร้านประเภทโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 72.2 ขายสินค้าซิมการ์ดระบบเติมเงินวันทูคอล ร้อยละ 75.7 ขายสินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ร้อยละ 31.2 ให้บริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล ร้อยละ 74.1 ส่วนมากซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่าย คือ บริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด รายเดียว ร้อยละ 59.3 มียอดซื้อสินค้าอยู่ระหว่าง 10,001-50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 48.3 ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อสินค้าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 31.9 และชำระสินค้าเป็นเงินสด ร้อยละ 98.1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ต เวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ทางด้านบุคลากร เป็นอันดับแรก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านราคา อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 และด้านการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสองอันดับแรกอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือบรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และบรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด ปัจจัยย่อยอันดับสามอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง คือ ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทบัตรเติมเงิน

ด้านราคา

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสองอันดับแรกอยู่ในระดับพึงพอใจมากได้แก่ 2 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระเงิน ปัจจัยย่อยอันดับสามอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง คือ ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย ของ บริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสามอันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และระยะเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการขายสินค้า

ด้านการส่งเสริมตลาด

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาด ของ บริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสามอันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การส่งจดหมายเวียนแจ้งข่าวสารประจำเดือน และการส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS

ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสามอันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ พนักงานมีกิจกรรมรยาทสุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ และพนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที

ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสามอันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือการชำระเงิน/การออกบิลถูกต้อง การส่งมอบสินค้า/บริการมีความรวดเร็วตรงความต้องการ และกระบวนการขายสินค้า/บริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสามอันดับแรก ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คืออาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงาม/สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน และสำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับ/บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขของบริษัทเวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ส่วนมากคือ สินค้าและบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์สินค้าชำรุดเสียหายหรืออยู่ในสภาพไม่ปกติ ด้านราคาสามอันดับแรก คือ ราคาสินค้าที่บริษัทจำหน่ายมักจะแพงกว่าของคู่แข่งไม่มีการแจ้งราคา Update หรือแจ้งช้ากว่าคู่แข่ง การปรับราคาสินค้าขึ้น-ลงบริษัทไม่เคยแจ้งล่วงหน้า และพนักงานขายมีการคิดราคาค่าสินค้า/บริการผิดพลาด

ด้านช่องทางจัดจำหน่ายส่วนมาก คือ เวลาเปิด-ปิด (รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์) ให้บริการขายที่ไม่แน่นอน รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ

ด้านการส่งเสริมตลาดสามอันดับแรก คือ ไม่เคยได้รับของขวัญ/มีเย็บสนับสนุนการขาย ป้ายสติกเกอร์และโบรชัวร์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และพนักงานขายไม่เคยแจ้งคะแนนประจำเดือนให้ร้านค้าหรือแจ้งช้ามากเกินเวลา

ด้านบุคลากรสามอันดับแรก คือ ไม่สามารถติดต่อพนักงานได้ในกรณีต้องการความช่วยเหลือ พนักงานที่ให้บริการไม่มีความสุภาพอ่อนน้อมไม่ให้เกิดติดต่อลูกค้า และพนักงานแต่งกายไม่สุภาพ เช่น ใส่รองเท้าแตะ

ด้านปัญหาด้านกระบวนการให้บริการสามอันดับแรก คือการส่งสินค้าเข้ามาเคลม จะได้รับสินค้าคืนนานเกินกว่า 2 สัปดาห์ มีข้อผิดพลาดในการชำระเงินระหว่างร้านค้ากับพนักงานขาย เช่น มีการเรียกเก็บเงินซ้ำ มีความล่าช้าในการติดตามแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพสามอันดับแรก คือ ไม่เคยทราบที่สำนักงานตั้งอยู่ที่ไหน เวลามาคิดต่อที่บริษัทหาที่จอดรถยาก และไม่มีพนักงานต้อนรับคอยให้บริการที่สำนักงาน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

4.1 จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

4.2 จำแนกตามประเภทของกิจการ

4.3 จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือนกับ

บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

4.1) จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ตารางที่ 51 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์	-ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด (4.33)	-ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อน ที่ระบบเติมเงิน วันทูกอล (3.49)	-บรรจุภัณฑ์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (3.70)
ด้านราคา	-ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม(4.00)	-ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม(3.68) -เงื่อนไขในการชำระเงิน (3.68)	-เงื่อนไขในการชำระเงิน (3.70)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.17) -ระยะเวลาเปิด-ปิดในการให้บริการขายสินค้า(4.17) -สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน(4.17)	-สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน(3.73)	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง(3.80)

ตารางที่ 51 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิด กิจการ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
ด้านการส่งเสริมตลาด	-การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน (4.25) -การส่ง SMS แจ้ง กิจกรรมส่งเสริมการขาย ต่างๆจาก AIS (4.25)	-การให้ข้อมูลและ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า และบริการ (3.58)	-การให้ข้อมูลและ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า และบริการ (3.96)
ด้านบุคลากร	-พนักงานมีกิจกรรมมารยาท สุภาพนอบน้อมให้การ ต้อนรับและบริการด้วย อัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.42)	-พนักงานมีกิริยา มารยาทสุภาพนอบน้อม ให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัย ไมตรีที่ดี (4.46)	-พนักงานมีกิริยา มารยาทสุภาพนอบน้อม ให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัย ไมตรีที่ดี (4.53)
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	-การเช็คยอดเงินโอนผ่าน บัญชีธนาคารมีความ รวดเร็วและถูกต้อง (5.00)	-การชำระเงิน และการ ออกบิลถูกต้อง (4.00)	-การชำระเงิน และการ ออกบิลถูกต้อง (4.17)
ด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	-อาคารสำนักงานใหญ่โต เป็นที่น่าเชื่อถือ (4.00)	-อาคารสำนักงาน ใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ (3.93)	-อาคารสำนักงานใหญ่ โตเป็นที่น่าเชื่อถือ (4.03) -ป้ายชื่อบริษัทมีขนาด ใหญ่เหมาะสม สวยงาม และสามารถสังเกตเห็น ได้อย่างชัดเจน (4.03)

4.2) จำแนกตามประเภทของกิจการ

ตารางที่ 52 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
ด้านผลิตภัณฑ์	-บรรจุกุณัณฑ์สินค้า ซิมการ์ด (3.66)	-ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (3.82) -บรรจุกุณัณฑ์ของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (3.82)
ด้านราคา	-ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม (3.83)	-เงื่อนไขในการชำระเงิน (3.48)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (3.78)	-สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน (3.88)
ด้านการส่งเสริมตลาด	-การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (3.79)	-การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (4.05)
ด้านบุคลากร	-พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ นอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.43)	-พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพ นอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี (4.73)
ด้านกระบวนการให้บริการ	-การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง (4.19)	-การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ (4.11)
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	-อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ (3.93)	-อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ (4.50) -ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสม สวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน (4.50)

ตารางที่ 53 สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เวียงพิงก์เนทเวอร์คแอนด์ เซอร์วิส จำกัด จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ (บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001-50,000	50,001-100,000	100,001-500,000	500,001-1,000,000
ด้านผลิตภัณฑ์	-บรรจุภัณฑ์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ (4.20)	-บรรจุภัณฑ์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่าง (3.66)	-ความพึงพอใจของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน วันทูคอล (3.86)	-บรรจุภัณฑ์สินค้า ซิมการ์ด (3.75)	-ความพึงพอใจปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด (5.00)
ด้านราคา	-ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม (3.36)	-เงินไปในการชำระเงิน (3.72)	-เงินไปในการชำระเงิน (4.12)	-ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม (3.88)	-เงินไปในการชำระเงิน (4.33) -การต่อราคา (4.33) -ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ (4.33)

ตารางที่ 53 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อบริการของบริษัท เวียงพิงคเเนทเวอร์ค แอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยสำรวจ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ (บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001-50,000	50,001-100,000	100,001-500,000	500,001-1,000,000
การตลาดบริการ	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.05)	-สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน (3.72)	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (3.91)	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (3.73)	-ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (4.00) -ระยะเวลาเปิดปิดในการให้บริการขายสินค้า (4.00) -สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน (4.00)
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	-การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (4.17)	-การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (3.83)	-การส่งจดหมายเวียนแจ้งข่าวสารประจำเดือน (3.91)	-การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมขายต่างจาก AIS (3.62)	-การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน (3.76) -การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างจาก AIS (3.67)

ตารางที่ 53 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของลูกจ้างที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อบริการของบริษัท เวียงพิงคเน็ทแควอร์ค แอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ (บาท)			
	ต่ำกว่า 10,000	10,001-50,000	50,001-100,000	100,001-500,000
ด้านบุคลากร	-พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อม ให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัย ไม่ตรีที่ดี (4.53)	-พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อม ให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัย ไม่ตรีที่ดี (4.49)	-พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อม ให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัย ไม่ตรีที่ดี (4.67)	-พนักงานมีความสม่ำเสมอในการพบ รวณค่าเป็นประจำตาม กำหนด (4.38)
การตลาดบริการ				500,001-1,000,000
				-การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ (4.67) -พนักงานกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที (4.67) -พนักงานแสดงออกให้ ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็น อันดับแรกก็รักษาผลประโยชน์ของลูกค้ (4.67) -พนักงานมีบุคลิกภาพการ แต่งกายเหมาะสม (4.67) -พนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อมให้การ ต้อนรับและบริการด้วย อัธยาศัยไม่ตรีที่ดี (4.67)

ตารางที่ 53 (ต่อ) สรุปความพึงพอใจของผู้ลูกค้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกต่อบริการของ บริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์ค แอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ โดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการ(บาท)				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001-50,000	50,001-100,000	100,001-500,000	500,001-1,000,000
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	-การชำระเงิน และการ ออกบิลถูกต้อง (4.09)	-การชำระเงิน และ การออกบิลถูกต้อง (4.05)	-การชำระเงิน และ การออกบิลถูกต้อง (4.37)	-กระบวนการขายสินค้า และบริการมีความ ถูกต้อง ไม่มีผิดพลาด เสีย (4.12)	-การเช็คยอดเงิน โอนผ่าน บัญชีธนาคารมีความรวดเร็ว และถูกต้อง (5.00)
ด้านสิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	-อาคารสำนักงานใหญ่โต เป็นที่น่าเชื่อถือ (4.24) -ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่ เหมาะสมสวยงาม สามารถสังเกตเห็นได้ อย่างชัดเจน (4.24) -สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับ และบริการลูกค้าอย่าง เพียงพอ (4.24)	-อาคารสำนักงาน ใหญ่โตเป็นที่ น่าเชื่อถือ (4.00)	-อาคารสำนักงาน ใหญ่โตเป็นที่ น่าเชื่อถือ (3.53)	-อาคารสำนักงาน ใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ (4.27)	-อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่ น่าเชื่อถือ (4.00) -ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่ เหมาะสมสวยงาม สังเกตเห็น ได้อย่างชัดเจน (4.00) -สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับ และบริการลูกค้าอย่าง เพียงพอ (4.00) -สำนักงานมีที่จอดรถ สะดวก (4.00)

อภิปรายผล

จากสรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผล ดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการ ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ในภาพรวมเรียงลำดับบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด อยู่ในระดับพึงพอใจมาก 4 บัณฑิต ตามลำดับ ได้แก่ ทางด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ส่วนบัณฑิตที่อยู่ในระดับถึงพอใจปานกลาง 3 บัณฑิตตามลำดับ ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ภาณุพงศ์ จันทรสมา (2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่าบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุดตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนบัณฑิตอยู่ในระดับถึงพอใจปานกลาง 2 บัณฑิต ตามลำดับ ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับถึงพอใจปานกลาง โดยบัณฑิตย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และบรรจุภัณฑ์สินค้าซิมการ์ด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชวลิต ฤทธิตานนท์ (2551) ได้ศึกษาบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่บัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือคุณภาพบริการเสริมครอบคลุมทุกพื้นที่ และไม่สอดคล้องกับภาณุพงศ์ จันทรสมา (2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ โดยบัณฑิตที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก คือ 2 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม และเงื่อนไขในการชำระเงินและพึงพอใจต่ำสุดคือ การต่อรองราคา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของไตรรงค์ พุทธจรรยาวงศ์ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของตัวแทนจำหน่ายรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบวันทูลอด เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ให้บริการตัวแทนจำหน่ายรายย่อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยที่มีผลอันดับแรก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากคือ การให้ราคาต้นทุนที่ต่ำกว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับที่สอง อยู่ในระดับเห็นด้วยมากคือ ระยะเวลาการให้เครดิตในการชำระค่าสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา (2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายของสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของไตรรงค์ พุทธจรรยาวงศ์ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของตัวแทนจำหน่ายรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบวันทูลอด เกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ให้บริการตัวแทนจำหน่ายรายย่อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลอันดับแรก อยู่ในระดับเห็นด้วยมากคือ การมีบริการส่งสินค้าที่รวดเร็วและไว้วางใจได้ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา (2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีบริการจัดส่งสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชวลิต ฤทธิตานนท์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา(2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือการจัดการส่งเสริมการขายในช่วงต่างๆเช่นรถยนต์และทองและพึงพอใจต่ำสุดคือมีการทำโฆษณาให้แก่ตัวแทน

ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือพนักงานมีกิจกรรมรยาทสุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของไตรรงค์ พุทธจรรยา วงศ์ (2551) ได้ศึกษาความคิดเห็นของตัวแทนจำหน่ายรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริการเติมเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบวันทูคอล เกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ให้บริการตัวแทนจำหน่ายรายย่อยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากร ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลอันดับแรก คือ พนักงานให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอันดับแรกแนะนำและรักษาผลประโยชน์ของท่านอยู่เสมอ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชวลิต ฤทธิตานนท์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา(2552) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของตัวแทน

จำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ มนุษย์-สัมพันธ์ของพนักงาน

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือการชำระเงินและการออกบิล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชวลิต ฤทธิตานนท์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้าของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการคิดเงิน และสอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา(2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิด/จำนวนสินค้าที่จัดส่ง

ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคืออาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุพงศ์ จันทรสมา(2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่พบว่าปัจจัยที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจสูงสุดคือความน่าเชื่อถือของบริษัท

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละด้านแสดงดังตารางที่ 54

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

ระดับความพึงพอใจ	ระยะเวลาที่เปิดกิจการ		
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3 ปี
มากที่สุด	-	-	-
มาก	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.97) ด้านราคา (3.57) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (4.17) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.89) ด้านบุคลากร (4.04) ด้านกระบวนการให้บริการ (4.02) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.50)	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.69) ด้านบุคลากร (4.26) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.77)	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.76) ด้านบุคลากร (4.35) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.96) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.87)
ปานกลาง		ด้านผลิตภัณฑ์ (3.26) ด้านราคา (3.44) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.16) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.44)	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.44) ด้านราคา (3.48) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.30)
น้อย	-	-	-
น้อยที่สุด	-	-	-

จากตารางแสดงลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ พบว่าลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากเหมือนกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยทุกด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมาก แต่มีปัจจัยย่อยที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ราคาราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- การต่อรองราคา
- สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก

กลุ่มลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่าง 1-3 ปี กับกลุ่มลูกค้าที่มีระยะเวลาเปิดกิจการระหว่างมากกว่า 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากเหมือนกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมตลาดอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลางเหมือนกัน ส่วนด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้

- บรรจุภัณฑ์สินค้าชิมการ์ด
- บรรจุภัณฑ์สินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ
- การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน
- การนำเสนอแผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์ สติกเกอร์ให้ร้านค้า
- สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ
- สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามประเภทของกิจการ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละด้านแสดงดังตารางที่ 55

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ จำแนกตามประเภทของกิจการ

ระดับความพึงพอใจ	ประเภทของกิจการ	
	ร้านโทรศัพท์	ไม่ใช่ร้านโทรศัพท์
มากที่สุด	-	-
มาก	ด้านราคา (3.54) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.74) ด้านบุคลากร (4.26) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.93) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.66)	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.82) ด้านบุคลากร (4.48) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.85) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (4.17)
ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.44) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.34)	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.42) ด้านราคา (3.32) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.17)
น้อย	-	-
น้อยที่สุด	-	-

จากตารางแสดงลูกค้าจำแนกตามประเภทของกิจการ พบว่าลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพอยู่ในระดับความพึงพอใจมากเหมือนกัน ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมตลาดมีระดับความพึงพอใจปานกลางเหมือนกัน และความแตกต่างกันในปัจจัยด้านราคา

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันได้แก่

-ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล

- ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ
- บรรจุภัณฑ์สินค้าชิมการ์ด
- ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม
- เงื่อนไขในการชำระเงิน
- การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน
- การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS
- การติดต่อพนักงาน ได้อย่างรวดเร็ว และ สม่ำเสมอ
- พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที
- พนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี
- พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเหมาะสม
- อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ
- ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่เหมาะสมสวยงามและสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน
- สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงฟิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละด้านแสดงดังตารางที่ 56

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ	ยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 10,000	10,001-50,000	50,001-100,000	100,001-500,000	500,001-1,000,000
มากที่สุด	-	-	-	-	ด้านบุคลากร (4.50)
มาก	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (4.00) ด้านบุคลากร (4.28) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (4.20) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.68)	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.65) ด้านบุคลากร (4.32) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.69) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.92)	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.55) ด้านราคา (3.79) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.65) ด้านบุคลากร (4.32) ด้านกระบวนการให้บริการ (4.11)	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (3.66) ด้านบุคลากร (4.12) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.82) ด้านกระบวนการให้บริการ (3.84)	ด้านผลิตภัณฑ์ (4.14) ด้านราคา (4.20) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (4.00) ด้านกระบวนการให้บริการ (4.33) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (4.00)
ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.34) ด้านราคา (3.27) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.33)	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.47) ด้านราคา (3.47) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.30)	ด้านการส่งเสริมตลาด (3.43) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.20)	ด้านผลิตภัณฑ์ (3.25) ด้านราคา (3.30) ด้านการส่งเสริมตลาด (3.17)	ด้านการส่งเสริมตลาด (2.82)
น้อย	-	-	-	-	-
น้อยที่สุด	-	-	-	-	-

จากตารางแสดงระดับความพึงพอใจต่อบริษัทผู้ให้บริการตลาดบริการ จำแนกตามยอดมูลค่าการซื้อขายสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าลูกค้าทั้ง 5 กลุ่มมีความพึงพอใจต่อ

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และมีความพึงพอใจต่อบริการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลางเหมือนกัน ส่วนปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

พบว่าลูกค้ากลุ่มที่มียอดซื้อสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด (4.50) และมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมตลาด ต่ำที่สุด (2.82)

ลูกค้าทั้ง 5 กลุ่มมีระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยในแต่ละด้านแตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้ ที่พบว่าลูกค้าทั้ง 5 กลุ่มมีระดับความพึงพอใจเหมือนกัน

- ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง
- ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า
- สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน
- การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน
- การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS
- พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อปัญหาอย่างทันถ่วงที
- การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ
- กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้
- การชำระเงินและการออกบิลถูกต้อง
- การให้บริการโดยรวมมีความสะดวกรวดเร็วไม่ต้องรอนาน
- อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัดพบสิ่งสำคัญดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า บริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด ร้อยละ 62.7 มีอายุ 30–39 ปี ร้อยละ 51.0 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.3 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 90.5 ส่วนมากเปิดกิจการมานานมากกว่า 3 ปี ร้อยละ 73.0 จัดตั้งเป็นร้านประเภทโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 72.2 ขายสินค้าซิมการ์ดระบบเติมเงินวันทูกอล ร้อยละ 75.7 ขายสินค้าโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ร้อยละ 31.2 ให้บริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูกอล ร้อยละ 74.1 ส่วนมากซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่าย คือ บริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เพียงรายเดียว ร้อยละ 59.3 มียอดซื้อสินค้าอยู่ระหว่าง 10,001-50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 48.3 ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อสินค้าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 31.9 และชำระสินค้าเป็นเงินสด ร้อยละ 98.1

2) ข้อมูลความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

จากข้อมูลด้านความพึงพอใจพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ในแต่ละด้านเรียงลำดับ คือ ด้านบุคลากร เป็นอันดับแรก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ส่วนด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมตลาดอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย แสดงอยู่ในตารางที่ 57

ตารางที่ 57 แสดงระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริษัท เวียงพิงค์เน็ท-เวอรัคแอนด์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
1	พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพนอบน้อมให้การต้อนรับและ บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.51	มากที่สุด
2	การติดต่อพนักงานได้อย่างรวดเร็ว และสม่ำเสมอ	4.45	มาก
3	พนักงานมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะให้บริการทันที	4.44	มาก
4	พนักงานแสดงออกให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นอันดับแรก และ รักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	4.33	มาก
5	พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายเหมาะสม	4.31	มาก
6	พนักงานมีความสม่ำเสมอในการพบร้านค้าเป็นประจำตามกำหนด	4.22	มาก
7	พนักงานมีการติดตามเอาใจใส่ต่อปัญหาอย่างทันถ่วงที	4.16	มาก
8	การชำระเงิน และการออกบิลถูกต้อง	4.12	มาก
9	พนักงานมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ	4.11	มาก
10	การส่งมอบสินค้าและบริการมีความรวดเร็ว ตรงความต้องการ	4.06	มาก
11	กระบวนการขายสินค้าและบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด เชื่อถือได้	4.04	มาก
12	อาคารสำนักงานใหญ่โตเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.00	มาก
13	การให้บริการโดยรวมมีความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน	3.98	มาก
14	ป้ายชื่อบริษัทมีขนาดใหญ่ เหมาะสม สวยงามและสามารถ สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน	3.90	มาก
15	การให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.87	มาก
16	คำตอบเฉพาะลูกค้าประเภทเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคาร (79 ราย) การเช็คยอดเงิน โอนผ่านบัญชีธนาคารมีความรวดเร็ว/ถูกต้อง	3.86	มาก
17	การสมัครเป็นตัวแทนจำหน่าย มีความรวดเร็ว สะดวก	3.80	มาก
18	ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.79	มาก
19	สถานที่ให้บริการอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.76	มาก

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริษัท เวียงฟิงค์ เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	
20	ระยะเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการขายสินค้า	3.73	มาก
21	ราคาของสินค้าที่จำหน่ายเหมาะสม	3.70	มาก
22	เงื่อนไขในการชำระเงิน	3.70	มาก
23	สำนักงานมีพื้นที่ต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.66	มาก
24	บรรจุภัณฑ์สินค้า โทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.65	มาก
25	บรรจุภัณฑ์สินค้า ซิมการ์ด	3.62	มาก
26	การส่งจดหมายเวียน แจ้งข่าวสารประจำเดือน	3.60	มาก
27	การเคลมสินค้ามีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก และถูกต้อง	3.57	มาก
28	การส่ง SMS แจ้งกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ จาก AIS	3.56	มาก
29	การนำเสนอผ่านพับ ใบปลิว โบรชัวร์ สติกเกอร์ ให้ร้านค้า	3.55	มาก
30	ระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ	3.46	ปานกลาง
31	ความเพียงพอของปริมาณค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงิน วันทูคอล	3.44	ปานกลาง
32	ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.40	ปานกลาง
33	การรายงานยอดขายประจำเดือน เพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS	3.40	ปานกลาง
34	ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทซิมการ์ด	3.38	ปานกลาง
35	บรรจุภัณฑ์สินค้าบัตรเติมเงิน	3.36	ปานกลาง
36	สำนักงานมีที่จอดรถสะดวก	3.34	ปานกลาง
37	การแจกวารสารนิตยสาร AIS ประจำเดือน	3.21	ปานกลาง
38	การต่อรองราคา	3.13	ปานกลาง
39	ความเพียงพอของปริมาณสินค้าประเภทโทรศัพท์และอุปกรณ์เสริมต่างๆ	3.11	ปานกลาง
40	การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้ตัวแทนจำหน่าย	2.84	ปานกลาง
41	การจัดกิจกรรมแลกของรางวัล ประจำเดือน	2.83	ปานกลาง
42	การมอบของขวัญ ของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ	2.82	ปานกลาง

3) ปัญหาและส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไขของบริษัทเวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการนำเสนอทางกายภาพ

ค่าร้อยละของปัญหาที่พบในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และค่าร้อยละของปัญหาที่พบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยทั้งหมด ดังตารางที่ 58-59

ตารางที่ 58 แสดงค่าร้อยละของการพบปัญหาของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	พบปัญหาร้อยละ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	22.63	2
ด้านราคา	15.33	3
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	8.39	4
ด้านการส่งเสริมตลาด	36.50	1
ด้านบุคลากร	6.39	5
ด้านกระบวนการ	4.74	7
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	6.02	6

ตารางที่ 59 แสดงค่าร้อยละของปัญหาที่พบของ บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัญหาที่ประสบ	ร้อยละ
1	สินค้าและบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ	46.00
2	ไม่เคยได้รับของฟรีเหมือนสนับสนุนการขาย	31.60
3	ป้ายสติกเกอร์และโบรชัวร์ ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	22.10
4	ราคาสินค้าที่บริษัทจำหน่ายมักจะแพงกว่าของคู่แข่ง	18.30
5	เวลาเปิด-ปิด (รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์) ให้บริการขายที่ไม่แน่นอน	14.80
6	พนักงานขายไม่เคยแจ้งคะแนนประจำเดือนให้ร้านค้าหรือแจ้งเข้ามาเกินเวลา	9.50
7	ไม่มีการแจ้งราคา Update หรือแจ้งเข้าว่าคู่แข่ง	8.70
8	ไม่เคยทราบที่สำนักงานตั้งอยู่ที่ไหน	6.10
9	เวลามาติดต่อที่บริษัทหาที่จอดรถยาก	5.70
10	ไม่เคยได้ข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้งานเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	4.90
11	การส่งสินค้าเข้ามาเคลมและได้รับสินค้าคืนนานเกินกว่า 2 สัปดาห์	4.20
12	ไม่สามารถติดต่อพนักงานได้ในกรณีต้องการความช่วยเหลือ	3.40
13	มีข้อผิดพลาดในการชำระเงินระหว่าง ร้านค้ากับพนักงานขายเช่น มีการเรียกเก็บเงินซ้ำ	3.40
14	ไม่เคยได้รับ SMS แจ้งข่าวใดๆ จากทางบริษัทเลย	3.00
15	การปรับราคาสินค้า ขึ้น-ลง บริษัทไม่เคยแจ้งล่วงหน้า	2.70
16	ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ	2.70
17	ไม่เคยได้รับแจ้งข่าว โปรโมชันส่งเสริมการขายหรือวารสารนักขาย	2.70
18	พนักงานขายมีการคิดราคาสินค้าและบริการผิดพลาด	2.30
19	ไม่เคยได้รับเอกสารจดหมายเวียนของบริษัท	2.30
20	พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความสุภาพอ่อนน้อม ไม่ให้เกียรติต่อลูกค้า	2.30
21	พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ เช่น ใส่รองเท้าแตะ	2.30
22	ได้รับสินค้าและบริการช้ากว่าความต้องการ	2.30

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงค่าร้อยละของปัญหาที่พบของ บริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

อันดับ	ปัญหาที่ประสบ	ร้อยละ
23	พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้ไม่มีข้อมูลความรู้สินค้าที่ท่านต้องการ	1.90
24	พนักงานแจ้งข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่น ผิดจากที่เป็นจริง	1.90
25	บรรจุภัณฑ์สินค้าชำรุดเสียหาย หรืออยู่ในสภาพไม่ปกติ	1.10
26	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น ไม่เอาใจใส่ต่อการบริการและไม่ติดตามแก้ไขปัญหา	0.80
27	พนักงานไม่เข้าพบร้านค้าต้องโทรตามบ่อยๆ	0.80
28	ไม่มีพนักงานต้อนรับคอยให้บริการที่สำนักงาน	0.80
29	สำนักงานให้บริการมีสภาพสกปรกไม่น่าเข้ามาติดต่อซื้อสินค้าและบริการ	0.00
30	มีความล่าช้าในการติดตามแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	0.00
31	ไม่เคยได้รับใบเสร็จรับเงิน	0.00
32	กระบวนการสมัครบริการเติมเงินมีความยุ่งยากชักชวนพนักงานให้บริการซ้ำต้องรอนาน	0.00
33	ระบบการตรวจสอบเงิน โอนเข้าบัญชีช้า มีปัญหาการยืนยันยอดชำระเงิน	0.00

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด โดยต้องปรับปรุงปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางให้เพิ่มขึ้นจนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด รวมถึงต้องแก้ไขปัญหาทุกปัญหาที่ลูกค้าประสบ โดยผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้โดยทางบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรให้ความสำคัญในการที่จะพัฒนาปัจจัยส่วนประสมด้านการส่งเสริมตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา เป็นสามอันดับแรก เนื่องจากพบว่า บัณฑิตด้านดังกล่าวผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง พร้อมทั้งนี้ผู้

ศึกษายังให้ความสำคัญที่จะเน้นปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้านอื่นๆ ให้มีความพึงพอใจให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่จำต้องแก้ไขและพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 30 พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ระยะเวลาเปิดกิจการ 1-3 ปี กับกลุ่มที่ระยะเวลาเปิดกิจการมากกว่า 3 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการมอบของขวัญของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้ตัวแทนจำหน่าย การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนรางวัลประจำเดือน การแจกวารสารนักขาย AIS ประจำเดือน การรายงานยอดขายประจำเดือนเพื่อทำเป้ากับ AIS ผ่าน SMS

และจากตารางที่ 46 ถ้าพิจารณาจากกลุ่มที่มียอดขายสินค้าและบริการเฉลี่ยต่อเดือน 500,001-1,000,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อการมอบของขวัญของกำนัลในโอกาสวันสำคัญต่างๆ การจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้ตัวแทนจำหน่าย และการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนรางวัลประจำเดือน ดังนั้นในการปรับปรุงคุณภาพของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าจากที่ระยะเวลาการเปิดกิจการมากกว่า 1 ปี และข้อมูลยอดซื้อสินค้าและบริการเฉลี่ยประจำเดือน โดยหากจากค่าเฉลี่ยยอดขายย้อนหลัง 3 เดือน แบ่งเป็นลูกค้า 4 ระดับ จัดกิจกรรมสะสมยอดซื้อสินค้าและบริการกับบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด เพื่อแลกเปลี่ยนรางวัลประจำเดือน ต่างๆ เช่น

กลุ่มยอดซื้อต่ำกว่า 50,000 บาท สะสมยอดซื้อติดต่อกัน 3 เดือน โดยยอดซื้อรวมเพิ่มขึ้น 10% จะได้รับรางวัลค่าบริการโทรศัพท์เติมเงินวันทูลอดเพื่อขาย เป็นมูลค่า 500 บาท

กลุ่มยอดซื้อ 50,001-100,000 บาท สะสมยอดซื้อติดต่อกัน 3 เดือน โดยยอดซื้อรวมเพิ่มขึ้น 10% จะได้รับรางวัลค่าบริการโทรศัพท์เติมเงินวันทูลอดเพื่อขาย เป็นมูลค่า 1,000 บาท

กลุ่มยอดซื้อ 100,001-500,000 บาท สะสมยอดซื้อติดต่อกัน 6 เดือน โดยยอดซื้อรวมเพิ่มขึ้น 10% จะได้รับรางวัลทีวี LCD

กลุ่มยอดซื้อ 500,001 บาทขึ้นไป สะสมยอดซื้อติดต่อกัน 6 เดือน โดยยอดซื้อรวมเพิ่มขึ้น 5% จะได้รับรางวัล แพ็คเก็ตทัวร์เชียงใหม่สิงคโปร์

2. บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรจัดให้มีกิจกรรมอบรมความรู้สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ขายสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยคือมีรุ่นใหม่ๆเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ โดยร่วมมือกับบริษัทเพื่อนคู่ค้า AIS หรือตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์มือถือโนเกีย ซัมซุง จัดอบรมวิธีการใช้งานโทรศัพท์รุ่นใหม่ๆ เป็นประจำไตรมาสหรือครึ่งปี เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาความรู้ในตัวสินค้า

3. บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและจัดให้มีของรางวัลได้เลือกหลากหลายเช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ เบอร์สวยพิเศษ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นตัวแทนจำหน่ายให้มีการสั่งซื้อจากบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด มากขึ้น

4. ในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันตรุษจีน วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรจัดหาของขวัญเล็กๆ น้อยๆ แจกลูกค้า เช่น ปากกา กระดาษโน้ต สบู่หอมรูปหัวใจ หรือ ขนมไหว้พระจันทร์ เป็นการสร้างความแปลกใหม่ และสร้างบรรยากาศที่ดีระหว่างบริษัทกับลูกค้า โดยของขวัญที่มอบให้แทนการขอบคุณลูกค้าทุกราย ซึ่งอาจจะไม่ต้องมีราคาแพง แต่อาจจะเลือกของที่มีคุณค่าทางจิตใจเป็นของมอบให้ลูกค้า

5. บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ควรปรับปรุงระบบการจัดส่ง SMS รายงานยอดขายสินค้าประจำเดือน และการแจ้งข่าวสารทางไปรษณีย์ โดยเน้นการเข้าถึงและเพิ่มความชัดเจนเข้าใจง่ายของเนื้อหาที่นำเสนอลูกค้า นอกจากนี้บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด สามารถจัดทำข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ตัวแทนจำหน่ายรับทราบ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Website หรือทาง Email เพื่อเป็นการให้ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นแก่ตัวแทนจำหน่ายมากยิ่งขึ้น

6. จัดทำคู่มือขายสินค้าให้ลูกค้าทุกรายไว้ให้นำเสนอการขาย คือ สรุปรวบโปรโมชัน ค่าโทรศัพท์ที่ร้านค้าไว้กดสมัครเปลี่ยน โปรโมชัน โดย AIS มีผลตอบแทนตรงให้ลูกค้าอีกช่องทางหนึ่ง แต่บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการขายให้ลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด มีข้อจำกัดเรื่องปริมาณของสินค้าและบริการ โดยสินค้าและบริการที่ได้รับคือ บัตรเติมเงิน ซิมการ์ด จะถูกกำหนดเป็นโควต้าสินค้าจาก AIS และโทรศัพท์เคลื่อนที่/อุปกรณ์เสริมต่างๆ บางรายการ ยกเว้นเฉพาะบริการเติมเงินค่าโทรศัพท์มือถือวันทูคอลที่ไม่จำกัดปริมาณ ทำให้สินค้าที่ถูกกำหนดโควตาดังกล่าวยังเป็นที่ต้องการของตลาด ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่าทางบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ต้องบริหารจัดการสินค้าเหล่านี้ให้กระจายสู่ลูกค้าโดยมุ่งเน้นให้ทั่วถึงทั้งตลาด ตามขีดความสามารถการขายของลูกค้า โดยพยายามผลักดันไม่ให้มีสินค้าค้างสต็อกมากเกินไประดับที่บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด กำหนด เพื่อลดปัญหาการกักตุนสินค้าในรายที่มีความสามารถขายต่ำ แต่มีสินค้าค้างค้างสูง เพราะข้อจำกัดเรื่องสินค้าที่ขาดแคลนนั่นอาจจะไม่สามารถแก้ไขได้ แต่การบริหารจัดการเรื่องสินค้าให้เพียงพอเหมาะสม จะช่วยลดปัญหาความพึงพอใจน้อยในลูกค้าบางรายได้

ด้านราคา

ในส่วนของสินค้าซิมการ์ดวันทูคอล และบริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเติมเงินวันทูคอล บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ได้รับนโยบายขายราคาเดียว ไม่สามารถปรับราคาเองได้ หากทาง AIS รับทราบจากหน่วยงานตรวจสอบที่มีการจำหน่ายผิดราคา จะถูกลงโทษด้วยการตัดเงินสนับสนุนการขายประจำเดือน จึงจำเป็นต้องเคร่งครัดเรื่องราคาจำหน่าย แม้บางครั้งจะมีสินค้าข้ามเขตจากตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆ นอกพื้นที่กระจายเข้ามาขายราคาถูกกว่า เป็นอีกทางเลือกให้ลูกค้าบางราย แต่สินค้าเหล่านั้นยังเข้ามาในปริมาณที่น้อยกว่าความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้ายังคงต้องซื้อสินค้าจากบริษัทในพื้นที่ ส่วนคู่แข่งในพื้นที่ได้มีข้อตกลงร่วมกัน สำหรับสินค้าซิมการ์ดวันทูคอล และบริการจำหน่ายค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ

เติมเงินวันทูลอด ที่จะร่วมมือกันขายสินค้าและบริการในราคาเดียวกัน จะไม่แข่งขันกันเรื่องราคา แต่ทั้งนี้ทาง AIS จะมีของพรีเมียมสนับสนุนการขายไว้แจกฟรีสำหรับลูกค้าเป็นบางโอกาส

ส่วนสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ทางบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์ค แอนด์เซอร์วิส จำกัด สามารถปรับราคาสินค้าได้ตามสถานการณ์ เนื่องจากปัจจุบันมีคู่แข่งสินค้านี้มีจำนวนหลาย ในเรื่องการสั่งซื้อสินค้าประเภทนี้พบว่าบริษัทตัวแทนจำหน่ายหลัก จะมีส่วนลดการค้า หรือส่วนลดเงินสดคืนกลับหากชำระตามวันที่กำหนด อีก 1-2% และบางรายการจะมีกิจกรรมสะสมยอดซื้อสินค้าเป็นขั้นบันได เป็นรายเดือนและรายไตรมาส หากทำได้ตามที่กำหนดจะได้รับเงินสนับสนุนการขาย (Rebate) อีก 1-2.5% หรือเป็นของรางวัล เช่น แพ็คเก็ตทีวีต่างประเทศ มอเตอร์ไซค์หรือรถยนต์ เป็นต้น

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากเงินสนับสนุนดังกล่าวทาง บริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด สามารถนำมาใช้คำนวณเป็นรายได้ที่จะได้รับ และสามารถนำไปเฉลี่ยเพื่อสามารถต่อช่องทางด้านราคากับลูกค้า เพื่อใช้สำหรับการแข่งขันได้ หรือควรวางวิธีสะสมยอดซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์เสริมต่างๆ เป็นคะแนนประจำเดือนให้ลูกค้าที่ร่วมรายการแลกของรางวัล

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ศึกษามีความเห็นว่าเป็นบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด รักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ด้านสถานที่บริการโดยมีความสะอาดและดูดีในระดับที่ดี เนื่องจากเป็นสถานที่ที่ย้ายมาใหม่ในช่วง 2 ปี เดิมให้บริการอยู่ที่ถนนห้วยแก้ว ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แต่เพื่อความสะดวกในการติดต่อใช้บริการเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะต่อบริษัท เวียงพิงค์เน็ตเวิร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัดดังต่อไปนี้

1. ปรับปรุงห้องรับรองที่เป็นสัดส่วนเพื่อความสะดวกในการบริการมากยิ่งขึ้นรวมทั้ง
2. ให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับการรับลูกค้า
3. จัดกิจกรรมที่สำนักงานบ้างเช่น ช่วงเทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง ควรประดับและตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ร่วมบรรยากาศเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจและให้คนรู้จักสถานที่เพิ่มมากขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะคือ เรื่องการเพิ่มช่องทางการจัดส่งสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อให้การจัดส่งสินค้าถึงลูกค้าตามที่กำหนด และควรสร้างระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Website เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็ว หรือเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้ลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้น โดยการมี Call Center ประจำช่องทางการจัดจำหน่าย กรณีที่ลูกค้าต้องการสินค้าและบริการฉุกเฉินสามารถจัดส่งได้ทันที

ด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่าปัญหาเรื่องการส่งสินค้าที่เสียหาย ชำรุด เข้ามาเคลมมักจะได้รับสินค้าคืนนานเกินกว่า 2 สัปดาห์ (ร้อยละ 4.2 จากผู้ตอบแบบสอบถาม) ในส่วนนี้ ผู้ศึกษามีความเห็นว่าการแก้ไขโดยการปรับปรุงกระบวนการทำงานในส่วนนี้ให้ระยะเวลาดำเนินการสั้นลง หรือเพิ่มการแจ้งผลปฏิบัติงานให้กับลูกค้าเป็นระยะในช่วงดำเนินการ เพื่อไม่ให้เกิดการเสียเวลา คอย หรือทั้งนี้สามารถแจ้งกำหนดการแล้วเสร็จได้ล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบ ซึ่งกระบวนการด้านนี้ควรวางขั้นตอนให้ชัดเจนตั้งแต่แรก เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาไว้ล่วงหน้า คือให้มีการเซ็นรับ-ส่งสินค้าซ่อม และกำหนดเวลาประสานงานแต่ละขั้นตอนไว้

ด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของบริษัท เวียงพิงค์เน็ทเวอร์คแอนด์เซอร์วิส จำกัด ผู้ศึกษามีความเห็นเพิ่มเติมว่าควรให้ความสำคัญและรักษาบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถในการทำงานให้อยู่นานๆ และเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการฝึกพนักงานใหม่ที่เข้ามา โดยจัดโครงการพี่เลี้ยงคือคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม และมีศักยภาพในการทำงานตามตำแหน่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้เป็นตัวอย่างในการสร้างพนักงานรุ่นใหม่ ที่เพิ่งเข้ามาทำงาน ให้พัฒนาเป็นบุคลากรที่ดีตามตัวอย่างต่อไป โดยอาจจะมีเงื่อนไขเป็นผลตอบแทนพิเศษจากการสอนงาน หรือการตั้งตำแหน่งพิเศษเพื่อเป็นการยกย่องและสร้างกำลังใจต่อพนักงานที่ได้รับการคัดเลือก