

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและทดลองใช้ยุทธศาสตร์การสร้างคามพึงพอใจให้ลูกค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรและเพื่อเปรียบเทียบผลความพึงพอใจของลูกค้าก่อนและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์กับศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสร้างยุทธศาสตร์การสร้างคามพึงพอใจให้ลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวกับร้านศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลของการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของลูกค้าศูนย์สาธิต
การตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	85	42.5
หญิง	115	57.5
รวม	200	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	22	11.0
สมรส	155	77.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	23	11.5
รวม	200	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.5
21-30 ปี	27	13.5
31-40 ปี	61	30.5
41-50 ปี	55	27.5
51-60 ปี	35	17.5
61 ปีขึ้นไป	21	10.5
รวม	200	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 1,000 บาท		
1,001 – 5,000 บาท	76	38.0
5,001 – 10,000 บาท	77	38.5
10,001 – 15,000 บาท	29	14.5
15,001 – 20,000 บาท	1	0.5
20,001 บาทขึ้นไป	17	8.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	21	10.5
ประถมศึกษา	124	62.0
มัธยมศึกษา/ปวช.	32	16.0
ปวท./ปวส./อนุปริญญา	17	8.5
ปริญญาตรี	4	2.0
อื่นๆ	2	1.0
รวม	200	100.0
อาชีพ		
รับจ้าง	86	43.0
ค้าขาย	46	23.0
ทำไร่/ทำสวน	38	19.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	1.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	4.5
อื่นๆ	19	9.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

เพศ ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเพศหญิง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

สถานภาพสมรส ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสถานภาพสมรส จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา คือ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และโสด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

อายุ ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 35 คน

คิดเป็นร้อยละ 17.5 ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,001 – 5,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ระดับการศึกษา ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ปวท./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอื่นๆ (ปริญญาโท) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

อาชีพ ลูกค้าส่วนใหญ่ของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา คือ ค้าขาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ทำไร่/ทำสวน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 อื่นๆ (เลี้ยงสัตว์) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จำนวนครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่เคยใช้บริการ	-	-
2. 1 – 2 ครั้ง	38	19.0
3. 3 – 4 ครั้ง	45	22.5
4. 5 – 6 ครั้ง	51	25.5
5. 7 – 8 ครั้ง	28	14.0
6. เป็นประจำ	38	19.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ จำนวน 51 คน ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จำนวน 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ ลูกค้าจำนวน 45 คน ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จำนวน 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ลูกค้าจำนวน 38 คน ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จำนวน 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ลูกค้าจำนวน 38 คน ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ ลูกค้าจำนวน 28 คน ใช้บริการศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร จำนวน 7 – 8 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าร้านศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์

ความพึงพอใจของลูกค้า	ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์			หลังการใช้ยุทธศาสตร์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการบริการ						
1. ความกระตือรือร้น/การเอาใจใส่ของพนักงาน	3.78	.51	มาก	4.33	.61	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.48	.58	ปานกลาง	4.33	.60	มาก
3. คุณภาพการบริการ	3.50	.53	ปานกลาง	4.46	.55	มาก
4. อธิษาศัยไมตรี/ความสุภาพของพนักงาน(กริยา วาจา ท่าทาง)	3.93	.41	มาก	4.54	.58	มากที่สุด
5. ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.61	.52	มาก	4.37	.59	มาก
6. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน	4.16	2.84	มาก	4.64	.51	มากที่สุด
7. มนุษย์สัมพันธ์ในการต้อนรับและการบริการของพนักงาน	3.89	.42	มาก	4.53	.56	มากที่สุด
รวม	3.76	.54	มาก	4.45	.47	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้า	ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์			หลังการใช้ยุทธศาสตร์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. คุณภาพของสินค้า	3.83	.41	มาก	4.51	.58	มากที่สุด
2. ความหลากหลายของสินค้า	3.58	.62	มาก	4.35	.68	มาก
3. รูปแบบการบรรจุและหีบห่อของสินค้า	3.29	.51	ปานกลาง	4.02	.68	มาก
4. ความทันสมัยของสินค้า	3.74	.64	มาก	4.48	.58	มาก
5. ความสด ใหม่ ของสินค้า	3.69	.56	มาก	4.42	.58	มาก
6. ความเด่นชัดในการจัดวางสินค้าแต่ละชนิด	3.33	.62	ปานกลาง	4.52	.61	มากที่สุด
7. ความพร้อมของสินค้าที่มีไว้จำหน่าย	3.37	.64	ปานกลาง	4.46	.59	มาก
รวม	3.55	.41	มาก	4.39	.49	มาก
ด้านราคา						
1. ความยุติธรรมของราคาสินค้า	3.87	.37	มาก	4.72	.49	มากที่สุด
2. ความคุ้มค่าของสินค้า	3.89	.34	มาก	4.69	.52	มากที่สุด
3. ระยะเวลาและเงื่อนไขการชำระเงิน	3.44	.68	ปานกลาง	3.97	.54	มาก
4. ความชัดเจนของป้ายแสดงราคาสินค้า	3.36	.66	ปานกลาง	4.59	.49	มาก
5. การให้ส่วนลด	3.05	.49	ปานกลาง	4.29	.55	มาก
รวม	3.52	.39	มาก	4.45	.38	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์สาธิตการตลาดฯ	3.92	.47	มาก	4.45	.66	มาก
2. สถานที่จอดรถของศูนย์สาธิตการตลาดฯ	3.64	.49	มาก	4.23	.56	มาก
3. อาคารสถานที่ของศูนย์สาธิตการตลาดฯ	3.85	.47	มาก	4.37	.59	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความพึงพอใจของลูกค้า	ก่อนการใช้อยุทธศาสตร์			หลังการใช้อยุทธศาสตร์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. บรรยากาศและการตกแต่งศูนย์ สาธิตการตลาดฯ	3.59	.64	มาก	4.52	.58	มากที่สุด
5. ความสะดวกสบายในการเดิน เลือกซื้อสินค้า	3.51	.62	มาก	4.56	.53	มากที่สุด
6. การเก็บรักษาและการขนส่ง สินค้า	3.45	.53	ปานกลาง	4.17	.62	มาก
7. ความสะอาดโดยรวมของศูนย์ สาธิตการตลาดฯ	3.79	.43	มาก	4.51	.53	มากที่สุด
8. การจัดวางสินค้าภายในศูนย์ สาธิตการตลาดฯ	3.55	.62	ปานกลาง	4.51	.58	มากที่สุด
9. ระยะเวลาเปิด/ปิดทำการ	3.72	.55	มาก	4.31	.63	มาก
รวม	3.66	.34	มาก	4.40	.45	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
1. รูปแบบการโฆษณาของศูนย์ สาธิตการตลาดฯ	3.44	.64	ปานกลาง	4.42	.68	มาก
2. กิจกรรม/การดำเนินงานการ ประชาสัมพันธ์	3.35	.66	ปานกลาง	4.45	.64	มาก
3. รูปแบบการจัดรายการส่งเสริม การขาย	3.09	.52	ปานกลาง	4.52	.61	มากที่สุด
4. ของสมนาคุณ/ของแจก/ของแถม	3.18	.62	ปานกลาง	4.51	.58	มากที่สุด
5. วิธีการแนะนำสินค้า	3.53	.68	มาก	4.28	.72	มาก
6. รูปแบบการให้ข่าวและการ นำเสนอสินค้า	3.54	.62	มาก	4.34	.67	มาก
7. การจัดส่งสินค้า	3.42	.54	ปานกลาง	4.04	.58	มาก
รวม	3.36	.45	ปานกลาง	4.36	.54	มาก

จากตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าน้อยก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า ความพึงพอใจด้านต่างๆของลูกค้าน้อยสาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = .35) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = .45) เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า

ด้านบริการ ทั้งก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจ ในความซื่อสัตย์ของพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือ อธิบายไมตรี/ความสุภาพของพนักงาน มนุษย์สัมพันธ์ในการต้อนรับและการบริการของพนักงาน ความกระตือรือร้น/การเอาใจใส่ของพนักงาน ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน คุณภาพการบริการและความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ และความพึงพอใจของลูกค้าด้านบริการโดยรวมก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = .54) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .47)

ด้านผลิตภัณฑ์ ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจ คุณภาพของสินค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = .41) รองลงมา คือ ความทันสมัยของสินค้า ความสดใหม่ของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า ความพร้อมของสินค้าที่มีไว้จำหน่าย ความเด่นชัดในการจัดวางสินค้าแต่ละชนิด และรูปแบบการบรรจุหีบห่อของสินค้า ตามลำดับ ส่วนในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = .41) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจในความเด่นชัดในการจัดวางสินค้าแต่ละชนิดมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = .61) รองลงมา คือ คุณภาพของสินค้า ความทันสมัยของสินค้า ความพร้อมของสินค้าที่มีไว้จำหน่าย ความสด ใหม่ของสินค้า ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบการบรรจุหีบห่อของสินค้า ตามลำดับ ส่วนในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = .49)

ด้านราคา ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจความคุ้มค่าของสินค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = .34) รองลงมา คือ ความยุติธรรมของราคาสินค้า ระยะเวลาและเงื่อนไขในการชำระเงิน ความชัดเจนของป้ายแสดงราคาสินค้า และการให้ส่วนลด ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = .39) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจในความยุติธรรมของราคาสินค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = .49) รองลงมา คือ ความคุ้มค่าของสินค้า ความชัดเจนของป้ายแสดงราคาสินค้า การให้ส่วนลด และระยะเวลาและเงื่อนไขการชำระเงิน ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .38)

ด้านการจัดจำหน่าย ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ลูกค้ามีความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของศูนย์สาธิตการตลาดมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .47) รองลงมา คือ อาคารสถานที่ของศูนย์สาธิตการตลาดฯ ความสะอาดโดยรวมของศูนย์สาธิตการตลาดฯ ระยะเวลาเปิด/ปิดทำการ

สถานที่จอดรถของศูนย์สาธิตการตลาดฯ บรรยายภาพการตกแต่งศูนย์สาธิตการตลาดฯ การจัดวางสินค้าภายในศูนย์สาธิตการตลาดฯ ความสะดวกสบายในการเดินเลือกซื้อสินค้า และการเก็บรักษา และการขนส่งสินค้า ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .34) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ลูกค้ามีความพึงพอใจในความสะดวกสบายในการเดินเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = .53) รองลงมา คือ บรรยายภาพการตกแต่งศูนย์สาธิตการตลาดฯ ความสะอาดโดยรวมของศูนย์สาธิตการตลาดฯ การจัดวางสินค้าภายในศูนย์สาธิตการตลาดฯ ทำเลที่ตั้งของศูนย์สาธิตการตลาดฯ อาคารสถานที่ของศูนย์สาธิตการตลาดฯ ระยะเวลาเปิด/ปิดทำการ สถานที่จอดรถของศูนย์สาธิตการตลาดฯ และการเก็บรักษาและการขนส่งสินค้า ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = .45)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบการให้ข่าวและการนำเสนอสินค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = .62) รองลงมา คือ วิธีการแนะนำสินค้า รูปแบบการโฆษณาของศูนย์สาธิตการตลาดฯ การจัดส่งสินค้า กิจกรรม/การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ของสมาคม/ของแจก/ของแถม และรูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = .45) และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขายมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = .61) รองลงมา คือ ของสมาคม/ของแจก/ของแถม กิจกรรม/การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ รูปแบบการโฆษณาของศูนย์สาธิตการตลาดฯ รูปแบบการให้ข่าวและการนำเสนอสินค้า วิธีการแนะนำสินค้า และการจัดส่งสินค้า ตามลำดับ ในภาพรวมลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = .54)

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของการกลับมาใช้บริการที่ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรของลูกค้า

การกลับมาใช้บริการ	ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์		หลังการใช้ยุทธศาสตร์	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ไม่	-	-	-	-
2. ไม่แน่ใจ	36	18.0	-	-
3. กลับมาใช้บริการอีก	164	82.0	200	100.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของการกลับมาใช้บริการที่ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรของลูกค้า พบว่า ก่อนการใช้อยุทธศาสตร์มีลูกค้า จำนวน 164 คน กลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 82.0 และไม่แน่ใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 แต่หลังจากมีการใช้อยุทธศาสตร์แล้ว พบว่า ลูกค้า จำนวน 200 คน กลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบรายรับของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วันที่	ก่อนการใช้อยุทธศาสตร์			หลังการใช้อยุทธศาสตร์			ร้อยละ
	เดือนมิถุนายน 2548			เดือนมิถุนายน 2549			
	ยอดขายสด	ยอดขายเชื่อ	ยอดขายรวม	ยอดขายสด	ยอดขายเชื่อ	ยอดขายรวม	
1	16,926	3,085	20,011	13,719	4,925	18,644	-6.83
2	12,690	2,960	15,650	18,492	4,925	23,417	49.62
3	10,411	4,538	14,949	17,313	1,784	19,097	27.75
4	11,282	3,536	14,818	12,764	2,650	15,414	4.02
5	14,784	9,436	24,220	15,000	2,270	17,270	-28.69
6	22,673	6,528	29,201	16,884	12,513	29,397	0.67
7	7,616	7,291	14,907	10,701	7,721	18,422	23.58
8	15,772	6,149	21,922	13,091	6,207	19,298	11.97
9	10,015	5,712	15,727	11,343	1,785	13,128	-16.53
10	10,524	5,810	16,334	23,804	3,849	27,653	69.30
11	9,074	4,924	13,998	18,804	5,986	24,790	77.10
12	17,715	4,380	22,095	12,300	4,007	16,307	-26.20
13	15,590	3,675	19,265	20,472	8,043	28,515	48.02
14	9,623	4,672	14,295	16,732	7,989	24,721	93.92
15	37,662	6,207	43,869	17,278	3,552	20,830	-52.52
16	17,808	5,236	23,044	20,067	8,658	28,725	24.65
17	11,591	5,284	16,875	25,000	4,081	29,081	72.33
18	17,122	7,781	24,903	17,336	4,687	22,023	-11.56
19	17,130	3,434	20,564	17,548	1,486	19,034	-7.44

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

วันที่	ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์			หลังการใช้ยุทธศาสตร์			ร้อยละ
	เดือนมิถุนายน 2548			เดือนมิถุนายน 2549			
	ยอดขายสด	ยอดขายเชื่อ	ยอดขายรวม	ยอดขายสด	ยอดขายเชื่อ	ยอดขายรวม	
20	15,237	4,003	19,240	13,771	3,215	16,986	-11.72
21	9,600	15,717	25,317	19,765	7,814	27,579	8.93
22	19,509	7,068	26,577	13,736	13,121	26,857	1.12
23	18,701	5,032	23,733	13,486	2,654	16,140	-31.99
24	16,019	4,233	20,252	15,976	3,754	19,730	-2.58
25	14,550	2,956	17,506	23,275	1,951	25,226	44.10
26	18,412	3,774	22,186	12,540	1,880	14,420	-35.00
27	18,254	4,279	22,533	15,196	3,466	18,662	-17.18
28	9,751	4,355	14,106	14,746	9,705	24,451	72.95
29	14,089	7,630	21,719	16,120	23,988	40,108	84.67
30	12,270	8,388	20,658	21,255	5,676	26,931	30.37
รวม	452,401	168,073	620,474	498,514	174,342	672,856	8.44
เฉลี่ย	15,080.03	5,602.43	20,682.47	16,617.13	5,811.40	22,428.53	8.44

จากตารางที่ 4.5 รายรับของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ยอดจำหน่ายสินค้าของศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก่อนการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ยอดจำหน่ายสินค้าเป็นเงินสดเฉลี่ย 15,080.03 บาทต่อวัน ยอดจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อเฉลี่ย 5,602.43 บาทต่อวัน และยอดจำหน่ายรวมเฉลี่ย 20,682.47 บาทต่อวัน และหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ยอดจำหน่ายสินค้าเป็นเงินสดเฉลี่ย 16,617.13 บาทต่อวัน ยอดจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อเฉลี่ย 5,811.40 บาทต่อวัน และยอดจำหน่ายรวมเฉลี่ย 22,428.53 บาทต่อวัน ยอดขายเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 8.44

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์

รายการ	ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์		หลังการใช้ยุทธศาสตร์		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านบริการ	3.76	.54	4.45	.47	13.09*
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	.41	4.39	.49	19.99*
3. ด้านราคา	3.52	.39	4.45	.38	24.88*
4. ด้านการจัดจำหน่าย	3.66	.34	4.40	.45	19.89*
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.36	.45	4.36	.54	21.28*
รวม	3.58	.35	4.41	.45	21.69*

* $P < .05$

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขรก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์ ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ($t = 21.69$) และเมื่อพิจารณารายด้านก่อนและหลังการใช้ยุทธศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พบว่า ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาดบ้านด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งก่อนการใช้ยุทธศาสตร์และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ มีดังนี้

1. ควรมีการส่งสินค้าให้ที่บ้าน
2. พนักงานควรมีความรอบคอบ
3. ควรจัดตกแต่งร้านให้สวยงามสะอาดตา
4. ควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ