

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นเพศชาย 100 รายและเพศหญิง 300 ราย จากกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 7 วัน ในวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ได้ผลการศึกษาประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อส่วนการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อส่วนการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน จำแนกตามเพศ การเป็น/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	25.0
หญิง	300	75.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.0 และเป็นเพศชายร้อยละ 25.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	72	18.0
21 – 30 ปี	138	34.5
31 – 40 ปี	104	26.0
41 – 50 ปี	62	15.5
มากกว่า 50 ปี	24	6.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 34.5 รองลงมา คืออายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 26.0 และอายุน้อยกว่า 20 ปี ร้อยละ 18.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	187	46.8
สมรส	209	52.2
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง หม้าย/หย่าร้าง

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 52.2 สถานภาพโสด ร้อยละ 46.8 และสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	77	19.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	118	29.5
ปวส. / อนุปริญญา	60	15.0
ปริญญาตรี	129	32.3
ปริญญาโท	13	3.2
ปริญญาเอก	3	0.7
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 29.5 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า ร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	93	23.3
พนักงานบริษัทเอกชน	85	21.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59	14.7
เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	69	17.2
เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป	78	19.5
อื่นๆ	16	4.0
รวม	400	100

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง แม่บ้าน (5) ค้าขาย (7) ลูกจ้างประจำ (1) ตัวแทนประกันชีวิต (1) ข้าราชการบำนาญ (2)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 21.3 และเกษตรกร/รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 19.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	126	31.5
5,001 – 10,000 บาท	111	27.8
10,001 – 15,000 บาท	55	13.8
15,001 – 20,000 บาท	56	14.0
20,001 – 25,000 บาท	15	3.7
มากกว่า 25,000 บาท	37	9.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 31.5 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 27.8 และระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 คน	149	37.2
4 – 6 คน	233	58.3
มากกว่า 6 คนขึ้นไป	18	4.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คนมากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมามีสมาชิกในครัวเรือน 1-3 คน ร้อยละ 37.3 และมากกว่า 6 คนขึ้นไป ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการ

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	28	7.0
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	113	28.3
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	62	15.5
เดือนละ 1 ครั้ง	69	17.2
เดือนละ 2 – 3 ครั้ง	107	26.8
นานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	21	5.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 28.3 รองลงมา มีความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า เดือนละ 2-3 ครั้งร้อยละ 26.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	10	2.5
101 – 300 บาท	59	14.8
301 – 500 บาท	74	18.5
501 – 700 บาท	78	19.5
701 - 900 บาท	53	13.2
มากกว่า 900 บาท	126	31.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าต่อครั้งที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่ามากกว่า 900 บาทมากที่สุด ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ ใช้จ่ายเงินระหว่าง 501 – 700 บาท ร้อยละ 19.5 และระหว่าง 301 – 500 บาท ร้อยละ 18.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
09.00 – 11.00 น.	42	10.5
11.01 – 13.00 น.	55	13.7
13.01 – 15.00 น.	44	11.0
15.01 – 17.00 น.	69	17.3
17.01 – 19.00 น.	144	36.0
19.01 – 21.00 น.	46	11.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าระหว่างเวลา 17.01 – 19.00 น.มากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือระหว่างเวลา 15.01 – 17.00 น. ร้อยละ 17.3 และมาที่ห้างในระหว่างเวลา 11.01 – 13.00 น. ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าในแต่ละช่วงเวลา

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เป็นช่วงเวลาที่คนใช้บริการน้อย	28	7.0
เป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวก	266	66.5
เป็นช่วงเวลาพัก / เลิกงาน	82	20.5
เป็นช่วงเวลาที่มิกิจกรรมส่งเสริมการขาย	23	5.8
อื่นๆ	1	0.2
รวม	400	100

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง โกสลิ้งบ้าน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าในแต่ละช่วงเวลา คือเป็นช่วงเวลาที่ว่างและสะดวกมากที่สุด ร้อยละ 66.5 รองลงมาเป็นช่วงเวลาพัก / เลิกงาน เท่ากัน และเป็นช่วงเวลาที่คนใช้บริการน้อย ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ร่วมเดินทางมาซื้อสินค้า

บุคคลที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	107	26.8
มากับครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร)	151	37.8
มากับเพื่อน	89	22.2
มากับญาติ พี่น้อง พ่อแม่	53	13.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้า พลาซ่ากับครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร) มากที่สุด ร้อยละ 37.8 เท่ากัน รองลงมาคือมาคนเดียว ร้อยละ 26.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนตัดสินใจในการซื้อสินค้า

บุคคลที่ตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	286	71.5
บุคคลในครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร) เพื่อน	64	16.0
ญาติ พี่น้อง พ่อแม่	29	7.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า โดยตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด ร้อยละ 71.5 รองลงมาคือตัดสินใจโดยบุคคลในครอบครัว (สามี ภรรยา บุตร) ร้อยละ 16.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อ

ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
อาหารกึ่งสำเร็จรูป	209	52.3
ขนมขบเคี้ยว	234	58.5
เครื่องดื่ม	193	48.3
นมผง นมยูเอชที	171	42.8
ข้าวสารและเครื่องปรุงรสอาหาร	130	32.5
อุปกรณ์ทำความสะอาดและเคมีภัณฑ์	136	34.0
เครื่องใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน เป็นต้น	306	76.5
เครื่องเขียน	117	29.3
เสื้อผ้า (เสื้อ กางเกง รองเท้า)	151	37.8
ยารักษาโรค	52	13.0
เครื่องสำอาง	130	32.5
สุรา ไวน์	26	6.5
ซื้อสินค้าจากร้านเช่าต่างๆ	15	3.8
อื่นๆ	1	0.3

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง ซื้อสินค้าทุกชนิด

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้า พลาซ่า ประเภทเครื่องใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน มากที่สุด ร้อยละ 76.5 รองลงมาคือขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 58.5 และข้าวสารและอาหารกึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 52.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของการเป็นลูกค้า

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	58	14.5
1 – 3 ปี	82	20.5
4 – 6 ปี	85	21.2
7 – 9 ปี	35	8.8
10 – 12 ปี	46	11.5
มากกว่า 12 ปี	94	23.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาเข้ามาแล้ว มากกว่า 12 ปีมากที่สุด ร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ เป็นลูกค้าเข้ามาแล้ว 4 – 6 ปี ร้อยละ 21.2 และ 1 – 3 ปี ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิกห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลา

สมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	234	58.5
ไม่เป็นสมาชิก	166	41.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลา ร้อยละ 58.5 และไม่เป็นสมาชิก ร้อยละ 41.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างค้าปลีก – ค้าส่ง

ห้างค้าปลีก – ค้าส่ง	จำนวน	ร้อยละ
บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	293	74.0
เทสโก้ โลตัส	187	47.2
สยามแมคโคร	137	34.6
ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต	35	8.8
7 – Eleven	143	36.1
ริมปิงซูเปอร์สโตร์	19	4.8
Watson	40	10.1
108 Shop	34	8.6
Family Mart	14	3.5
อื่นๆ	38	9.6

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง ไม่ได้เป็นสมาชิกห้างใดเลย

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์มากที่สุด ร้อยละ 74.0 รองลงมาเป็นสมาชิกห้างเทสโก้ โลตัส ร้อยละ 47.2 และ 7-Eleven ร้อยละ 36.1

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบ
ข่าวสาร

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
สปอตโฆษณาจากรายการวิทยุ	141	35.4
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน ภายในร้าน	190	47.7
แผ่นพับ ใบปลิว	180	45.2
SMS	21	5.3
e-mail	15	3.8
คำบอกเล่าจากผู้อื่น	158	39.7
พนักงานแจ้งให้ทราบ	111	27.9
อื่นๆ	14	3.5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง รถโฆษณา (3) ไม่ทราบข้อมูลจากแหล่งใดเลย (11)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารการส่งเสริมการตลาดของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าปลาซ่า จากป้ายโฆษณาหน้าร้าน ภายในร้าน ร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ แผ่นพับ ใบปลิว ร้อยละ 45.2 และจากคำบอกเล่าจากผู้อื่น ร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่
ชื่นชอบ

รายการส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
ลดราคา	338	84.7
จัดรายการพิเศษ เช่น ซื้อ 1 แถม 1 หรือ ลด 30%	252	63.2
แจกคูโปงชิงโชครางวัล	130	32.6
แจกของแถมเมื่อซื้อครบจำนวน	157	39.3
การให้คูโปงส่วนลดสินค้า	109	27.3
การสะสมแต้มสมาชิกเพื่อแลกกับบัตรเงินสด	127	31.8

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบรายการส่งเสริมการขายของห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า เกี่ยวกับการลดราคามากที่สุด ร้อยละ 84.7 รองลงมาคือการจัดรายการพิเศษ เช่น ซื้อ 1 แถม 1 หรือ ลด 30% ร้อยละ 63.2 และแจกของแถมเมื่อซื้อครบจำนวน ร้อยละ 39.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการที่ตัดสินใจใช้บริการ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีความหลากหลาย และมีคุณภาพ	172	57.3
สินค้านี้ราคาถูก	210	70.0
มีบริการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	102	34.0
มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีและแพร่หลาย	76	25.3
มีการให้ส่วนลดพิเศษกับสมาชิก	111	37.0
มีการตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย สวยงาม สะอาด ปลอดภัย	50	16.7
สะดวกในการเดินทาง	135	45.0
ใกล้ที่ทำงาน ที่พักอาศัย	117	39.0
พนักงานบริการดี มีความสุภาพ มีความพร้อมในการให้บริการ	70	23.3
มีความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น แคนเซียร์คิดเงิน รวดเร็วและถูกต้อง จัดส่งสินค้ารวดเร็ว	62	20.7
เป็นห้างที่มีชื่อเสียงและเปิดดำเนินการมานาน ทำให้มั่นใจในคุณภาพสินค้า ราคาของสินค้า และการบริการ	75	25.0
อื่นๆ	4	1.3

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง นำคารามาบ่อยๆ (2) เป็นห้างของคนลำพูน (2)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า เนื่องจากสินค้านี้ราคาถูกมากที่สุด ร้อยละ 70.0 เท่ากัน รองลงมาคือสินค้ามีความหลากหลาย และมีคุณภาพ ร้อยละ 57.3 และสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 45.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้า
พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก
ตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่ม
ฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
แผนกซูเปอร์มาร์เกต						
1. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาด บรรจุ รูปแบบ รุ่น)	39 (9.8)	168 (42.0)	156 (39.0)	26 (6.5)	11 (2.8)	3.50 มาก
2. สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย	41 (10.3)	190 (47.5)	137 (34.3)	23 (5.8)	9 (2.3)	3.58 มาก
3. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	44 (11.0)	193 (48.3)	131 (32.8)	26 (6.5)	6 (1.5)	3.61 มาก
4. มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาล จำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ)	56 (14.0)	175 (43.8)	145 (36.3)	15 (3.8)	9 (2.3)	3.64 มาก
แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ (Floor 1,2,3) เครื่องสำอาง เสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา						
5. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาด บรรจุ รูปแบบ รุ่น)	43 (10.8)	152 (38.0)	166 (41.5)	28 (7.0)	11 (2.8)	3.47 มาก
6. สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ	35 (8.8)	161 (40.3)	158 (39.5)	33 (8.3)	13 (3.3)	3.43 มาก
7. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	44 (11.0)	193 (48.3)	134 (33.5)	21 (5.3)	8 (2.0)	3.61 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้า เจ็มฟ้าพลาซ่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยมีปัจจัยย่อยของ

แผนกซูเปอร์มาร์เก็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.64 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.58 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

สำหรับแผนกดีพาร์ทเมนต์สตรี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.47 และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้า พลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ	60 (15.0)	184 (46.0)	130 (32.5)	20 (5.0)	6 (1.5)	3.68 มาก
2. ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา	60 (15.0)	181 (45.3)	127 (31.8)	24 (6.0)	8 (2.0)	3.65 มาก
3. มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	61 (15.3)	188 (47.0)	127 (31.8)	19 (4.8)	5 (1.3)	3.70 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 โดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมากเช่นกัน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.70 สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.68 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน	59 (14.8)	150 (37.5)	148 (37.0)	32 (8.0)	11 (2.8)	3.54 มาก
2. เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม	59 (14.8)	182 (45.5)	129 (32.3)	19 (4.8)	11 (2.8)	3.65 มาก
3. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	43 (10.8)	122 (30.5)	150 (37.5)	53 (13.3)	32 (8.0)	3.23 ปานกลาง
4. มีจำนวนรถเข็นและตะกร้า ให้บริการอย่างเพียงพอ	41 (10.3)	148 (37.0)	157 (39.3)	43 (10.8)	11 (2.8)	3.41 มาก
5. จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อ ได้สะดวก	41 (10.3)	170 (42.5)	156 (39.0)	22 (5.5)	11 (2.8)	3.52 มาก
6. รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้า มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อ สะดวก	47 (11.8)	172 (43.0)	145 (36.3)	27 (6.8)	9 (2.3)	3.55 มาก
7. มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขาย วีดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น)	43 (10.8)	194 (48.5)	131 (32.8)	23 (5.8)	9 (2.3)	3.60 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพหุใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.65 มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวีดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย 3.60 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อ

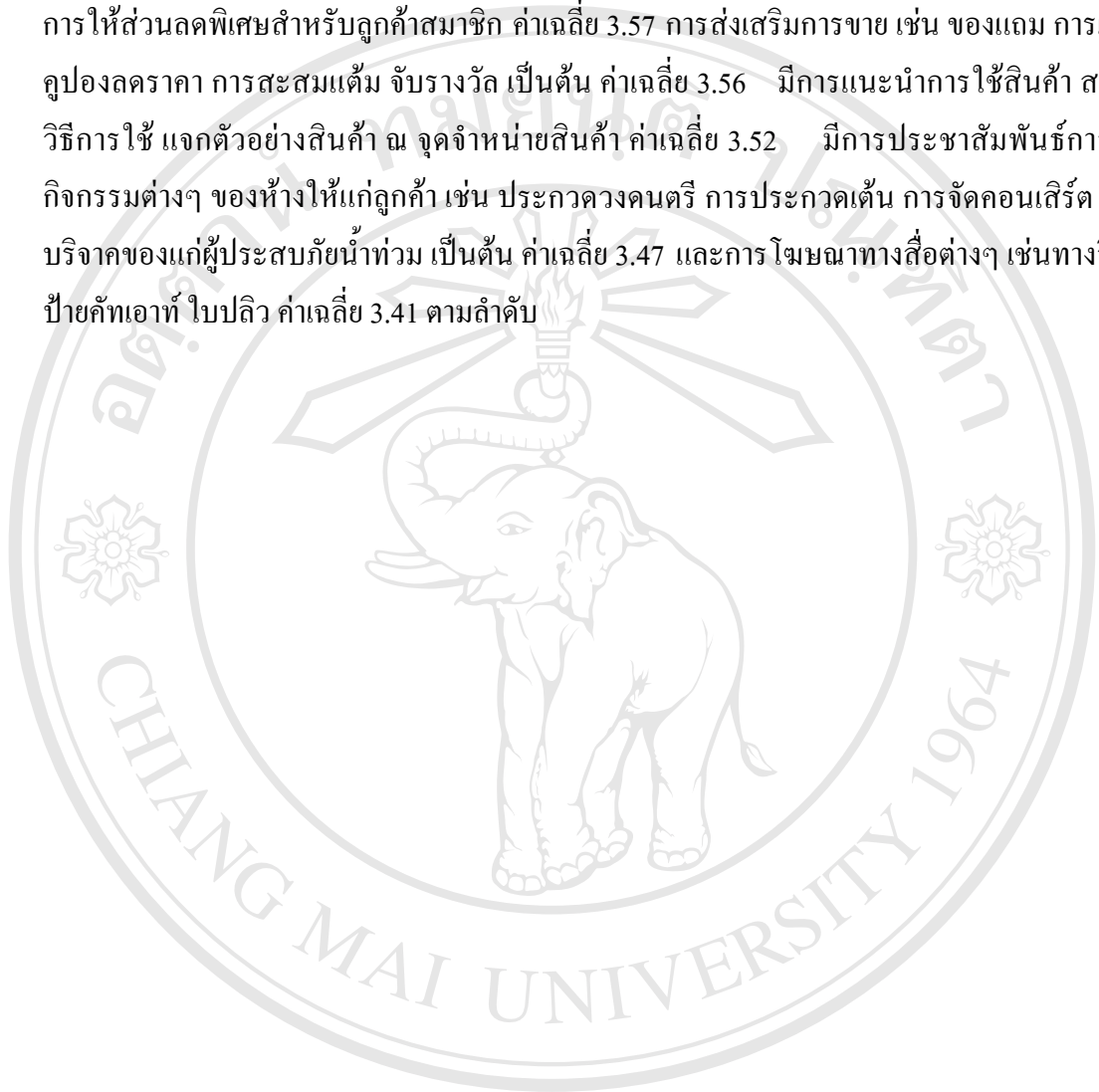
สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.55 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักออาศัย ที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.54 จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่
เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.52 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.41
ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามมี
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก
ตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการ
ห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทาง วิทยุ ป้ายคัทเอาท์ โบปลิว	33 (8.3)	160 (40.0)	159 (39.8)	33 (8.3)	15 (3.8)	3.41 มาก
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสม แต้ม จักรรางวัล เป็นต้น	50 (12.5)	171 (42.8)	139 (70.0)	33 (0.0)	7 (0.0)	3.56 มาก
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ ห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มาก ขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลด ราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ	45 (11.3)	185 (46.3)	142 (35.5)	22 (5.5)	6 (1.5)	3.60 มาก
4. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้า สมาชิก	48 (12.0)	175 (43.8)	144 (36.0)	21 (5.3)	12 (3.0)	3.57 มาก
5. มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	42 (10.5)	162 (40.5)	162 (40.5)	28 (7.0)	6 (1.5)	3.52 มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ ห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประจวบคณดริ์ การ ประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของ แก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น	34 (8.5)	166 (41.5)	162 (40.5)	29 (7.3)	9 (2.3)	3.47 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.52 มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึง

พอใจในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.60 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.57 การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.56 มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.52 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดดวงคนตรี การประกวดเต็น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.47 และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น ทางวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ โบปปลิว ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย	55 (13.8)	155 (38.8)	157 (39.3)	27 (6.8)	6 (1.5)	3.57 มาก
2. พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง	46 (11.5)	166 (41.5)	154 (38.5)	27 (6.8)	7 (1.8)	3.54 มาก
3. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	44 (11.0)	169 (42.3)	157 (39.3)	24 (6.0)	6 (1.5)	3.55 มาก
4. พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ	46 (11.5)	162 (40.5)	153 (38.3)	29 (7.3)	10 (2.5)	3.51 มาก
5. พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	47 (11.8)	178 (44.5)	143 (35.8)	26 (6.5)	6 (1.5)	3.59 มาก
6. การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น	49 (12.3)	153 (38.3)	161 (40.3)	29 (7.3)	8 (2.0)	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 โดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมากเช่นเดียวกันเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.59 พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.57 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.55 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.54 การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.52 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่ และสังเกตเห็นได้ง่าย	28 (7.0)	154 (38.5)	171 (42.8)	42 (10.5)	5 (1.3)	3.40 ปานกลาง
2. การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอก และภายในห้าง	30 (7.5)	139 (34.8)	186 (46.5)	34 (8.5)	11 (2.8)	3.36 ปานกลาง
3. ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร	40 (10.0)	148 (37.0)	161 (40.3)	35 (8.8)	16 (4.0)	3.40 ปานกลาง
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	38 (9.5)	136 (34.0)	153 (38.3)	56 (14.0)	17 (4.3)	3.31 ปานกลาง
5. ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า	34 (8.5)	141 (35.3)	164 (41.0)	43 (10.8)	18 (4.5)	3.33 ปานกลาง
6. ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า	40 (10.0)	164 (41.0)	153 (38.3)	38 (9.5)	5 (1.3)	3.49 มาก
7. รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม	37 (9.3)	163 (40.8)	163 (40.8)	33 (8.3)	4 (1.0)	3.49 มาก
8. มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ	35 (8.8)	143 (35.8)	166 (41.5)	38 (9.5)	18 (4.5)	3.35 ปานกลาง
9. มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย	37 (9.3)	154 (38.5)	154 (38.5)	45 (11.3)	10 (2.5)	3.41 มาก
10. มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน	36 (9.0)	147 (36.8)	160 (40.0)	50 (12.5)	7 (1.8)	3.39 ปานกลาง
11. มีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า	39 (9.8)	151 (37.8)	175 (43.8)	26 (6.5)	9 (2.3)	3.46 มาก
12. สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา	46 (11.5)	146 (36.5)	166 (41.5)	35 (8.8)	7 (1.8)	3.47 มาก
13. รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ	45 (11.3)	164 (41.0)	154 (38.5)	26 (6.5)	11 (2.8)	3.52 มาก
14. ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป	63 (15.8)	170 (42.5)	142 (35.5)	19 (4.8)	6 (1.5)	3.66 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.43 มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยมีปัจจัยย่อยที่อยู่ในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้างแถมฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.66 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.52 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้าและรูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.49 เท่ากัน สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ค่าเฉลี่ย 3.47 มีป้ายแสดงราคา โปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.46 และมีป้ายบอกตำแหน่งสินค้า ชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้าง ขนาดใหญ่และสังเกตเห็นได้ง่ายและความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.40 เท่ากัน มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.39 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคาร ภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.36 มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.35 ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.33 และความสะอาดของ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีกวยาว)	39 (9.8)	157 (39.3)	160 (40.0)	35 (8.8)	9 (2.3)	3.46 มาก
2. มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์)	42 (10.5)	163 (40.8)	163 (40.8)	28 (7.0)	4 (1.0)	3.53 มาก
3. มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ	41 (10.3)	151 (37.8)	169 (42.3)	36 (9.0)	3 (0.8)	3.48 มาก
4. สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	43 (10.8)	142 (35.5)	165 (41.3)	37 (9.3)	13 (3.3)	3.41 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.47 มาก

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 โดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.53 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.48 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีกวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.46 และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อลูกค้าที่ซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ	แปรผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก	2
ด้านราคา	3.68	มาก	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.50	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	มาก	5
ด้านบุคลากร	3.55	มาก	2
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.43	มาก	7
ด้านกระบวนการบริการ	3.47	มาก	6

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าและใช้บริการที่ห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และ ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการและด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้า
พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามเพศ การเป็น/ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ และระดับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
แผนกซูเปอร์มาร์เกต		
1. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.41 มาก	3.52 มาก
2. สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย	3.53 มาก	3.59 มาก
3. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.46 มาก	3.66 มาก
4. มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ)	3.45 มาก	3.70 มาก
แผนกดีพาร์ทเมนต์สตรี (Floor 1,2,3)		
5. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.44 มาก	3.48 มาก
6. สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ	3.35 ปานกลาง	3.46 มาก
7. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.54 มาก	3.63 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 มาก	3.58 มาก

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.58 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

แผนกซูเปอร์มาร์เกต

เพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.53 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.46 มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.45 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่นกระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.70 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.66 สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.59 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

แผนกดีพาร์ทเมนท์สตรี

เพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.54 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.44 โดยมีปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.63 สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.48 และสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ	3.41 มาก	3.77 มาก
2. ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา	3.52 มาก	3.70 มาก
3. มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	3.62 มาก	3.73 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 มาก	3.73 มาก

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

เพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.62 ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.52 และสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ ค่าเฉลี่ย 3.77 มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.73 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน	3.38 ปานกลาง	3.59 มาก
2. เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม	3.53 มาก	3.69 มาก
3. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	3.24 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
4. มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ	3.31 ปานกลาง	3.45 มาก
5. จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก	3.41 มาก	3.56 มาก
6. รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือก ซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก	3.43 มาก	3.59 มาก
7. มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวีดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น)	3.53 มาก	3.62 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 ปานกลาง	3.53 มาก

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย
3.40 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และเมื่อพิจารณา
จากปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า

เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสมและมีความหลากหลายของร้านค้า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.53 เท่ากัน รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวกค่าเฉลี่ย 3.43 จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรถที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.38 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.31 และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.69 มีความหลากหลายของร้านค้า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.62 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรถที่ทำงานและรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.59 เท่ากัน จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.56 และมีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.45 ในส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย เพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอาท์ โบปลิว	3.33 ปานกลาง	3.43 มาก
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น	3.40 ปานกลาง	3.61 มาก
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ	3.45 มาก	3.65 มาก
4. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก	3.37 ปานกลาง	3.63 มาก
5. มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.43 มาก	3.54 มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น	3.38 ปานกลาง	3.50 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 ปานกลาง	3.56 มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

เพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.45 และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีเพศชายความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง เรียงตามลำดับ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.40 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.38 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.37 และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปปลิว ค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.65 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.63 การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.61 มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.54 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.50 การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปปลิว ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. พนักงานมีกิจกรรมรยาที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย	3.60 มาก	3.55 มาก
2. พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง	3.48 มาก	3.56 มาก
3. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	3.50 มาก	3.57 มาก
4. พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.44 มาก	3.54 มาก
5. พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.53 มาก	3.60 มาก
6. การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น	3.43 มาก	3.54 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.56 มาก

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีกิจกรรมรยาที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.60 พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.53 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์

ค่าเฉลี่ย 3.50 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.48 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.44 และการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.60 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.57 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.56 พนักงานมีกิจกรรมการตลาดที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.55 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการและการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 3.54 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตเห็นได้ง่าย	3.23 ปานกลาง	3.45 มาก
2. การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง	3.20 ปานกลาง	3.41 มาก
3. ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร	3.27 ปานกลาง	3.45 มาก
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.23 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
5. ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า	3.28 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง
6. ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า	3.48 มาก	3.49 มาก
7. รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม	3.37 ปานกลาง	3.53 มาก
8. มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ	3.20 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
9. มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกลาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย	3.36 ปานกลาง	3.42 มาก
10. มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.31 ปานกลาง	3.41 มาก

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
11. มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.45 มาก	3.47 มาก
12. สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา	3.37 ปานกลาง	3.51 มาก
13. รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ	3.49 มาก	3.52 มาก
14. ห้างแจ้งฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป	3.61 มาก	3.68 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 ปานกลาง	3.46 มาก

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

เพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้างแจ้งฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.61 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.49 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.48 และมีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ปัจจัยที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคาและรูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม มีค่าเฉลี่ย

เท่ากันคือ 3.37 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกลงแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.36 มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.31 ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.28 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร ค่าเฉลี่ย 3.27 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตได้ง่ายและความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 3.23 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้างและมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.20 ตามลำดับ

เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ ห้างแถมฟ้า พลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.68 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.53 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.52 สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 3.51 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.49 มีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.47 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.45 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกลงแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.42 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้างและมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.41 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่เพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.40 ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.34 และ ความสะอาดของห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริการจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	เพศ	
	เพศชาย N = 100	เพศหญิง N = 300
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว)	3.41 มาก	3.47 มาก
2. มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์)	3.50 มาก	3.54 มาก
3. มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ	3.47 มาก	3.48 มาก
4. สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.40 ปานกลาง	3.42 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 มาก	3.48 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการจำแนกตามเพศ โดยเพศชายมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.48 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

เพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.50 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.47 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับพอปานกลางคือ สามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.40

เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อย่อยปัจจัยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.54 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.48 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.47 และ สามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศชาย N = 100		เพศหญิง N = 300	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.45	มาก	3.58	มาก
ด้านราคา	3.52	มาก	3.73	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	ปานกลาง	3.53	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	ปานกลาง	3.56	มาก
ด้านบุคลากร	3.50	มาก	3.56	มาก
ด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.35	ปานกลาง	3.46	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.45	มาก	3.48	มาก

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูน สำหรับเพศชายมีความพึงพอใจในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกระบวนการบริการ ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านนำเสนอทางกายภาพ ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อย่อยปัจจัยใน

ระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
แผนกซูเปอร์มาร์เกต		
1. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.52 มาก	3.46 มาก
2. สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย	3.57 มาก	3.59 มาก
3. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.60 มาก	3.62 มาก
4. มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตาม เทศกาลต่างๆ)	3.65 มาก	3.62 มาก
แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ (Floor 1,2,3)		
5. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.43 มาก	3.53 มาก
6. สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ	3.47 มาก	3.38 ปานกลาง
7. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.61 มาก	3.61 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 มาก	3.54 มาก

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.54 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังนี้

แผนกซูเปอร์มาร์เกต

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อ ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีสินค้าตาม โอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.65 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.60 สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.57 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการและมีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.62 สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.59 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.47 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.53 และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจปานกลางคือสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านราคา	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่นฯ	3.73 มาก	3.61 มาก
2. ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา	3.64 มาก	3.67 มาก
3. มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	3.71 มาก	3.70 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 มาก	3.66 มาก

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมด้านราคาในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมด้านราคาในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่นฯ ค่าเฉลี่ย 3.73 มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.71 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.70 ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.67 และสินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่นฯ ค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน	3.50 มาก	3.58 มาก
2. เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม	3.60 มาก	3.71 มาก
3. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	3.18 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
4. มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ	3.37 ปานกลาง	3.47 มาก
5. จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก	3.53 มาก	3.51 มาก
6. รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก	3.55 มาก	3.55 มาก
7. มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น)	3.55 มาก	3.61 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 มาก	3.53 มาก

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.48 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจ

โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.60 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวกและมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.55 เท่ากัน จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.53 และที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักออาศัย ที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.37 และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.71 มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.61 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักออาศัย ที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.58 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.55 จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.51 และมีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.47 ในส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว	3.38 ปานกลาง	3.45 มาก
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จั๋วรางวัล เป็นต้น	3.61 มาก	3.49 มาก
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ	3.60 มาก	3.61 มาก
4. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก	3.55 มาก	3.59 มาก
5. มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิทวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.48 มาก	3.57 มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น	3.45 มาก	3.49 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 มาก	3.53 มาก

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.61 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.60 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.55 มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.48 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางคือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว ค่าเฉลี่ย 3.38

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.61 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.59 มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.57 การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคูปองลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้นและ มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.49 และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว ค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านบุคลากร	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. พนักงานมีกิจกรรมอาชีพที่ดี มีความสุขภาพเรียบร้อย	3.51 มาก	3.64 มาก
2. พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง	3.47 มาก	3.65 มาก
3. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	3.55 มาก	3.55 มาก
4. พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.44 มาก	3.62 มาก
5. พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.54 มาก	3.64 มาก
6. การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น	3.48 มาก	3.56 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.61 มาก

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.55 พนักงานมีความเป็น

มิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัยยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.54 พนักงานมีกิจกรรมารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.51 และการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.48 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.47 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.65 พนักงานมีกิจกรรมารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อยและพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัยยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.64 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้า และกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.62 การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.56 และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตเห็นได้ง่าย	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
2. การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง	3.35 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
3. ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร	3.39 ปานกลาง	3.42 มาก
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.24 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
5. ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า	3.23 ปานกลาง	3.46 มาก
6. ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า	3.43 มาก	3.57 มาก
7. รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม	3.45 มาก	3.55 มาก
8. มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ	3.34 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง
9. มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกรหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย	3.39 ปานกลาง	3.43 มาก
10. มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.36 ปานกลาง	3.43 มาก

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
11. มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.42 มาก	3.52 มาก
12. สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา	3.47 มาก	3.48 มาก
13. รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ	3.51 มาก	3.52 มาก
14. ห้างแจ้งฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป	3.67 มาก	3.65 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 ปานกลาง	3.47 มาก

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 และลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้างแจ้งฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.67 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.51 สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา ค่าเฉลี่ย 3.47 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.45 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.43 และมีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.40 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกลงหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่ายและความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.39 มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.36 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.35 มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.34 ความสะอาดของห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.24 และความสะอาดของตระกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อย่อยปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.65 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.57 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.55 มีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้าและรูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.52 สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 3.48 ความสะอาดของตระกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.46 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกลงหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่ายและมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.43 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.40 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่ ค่าเฉลี่ย 3.39 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.37 และมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริการจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ

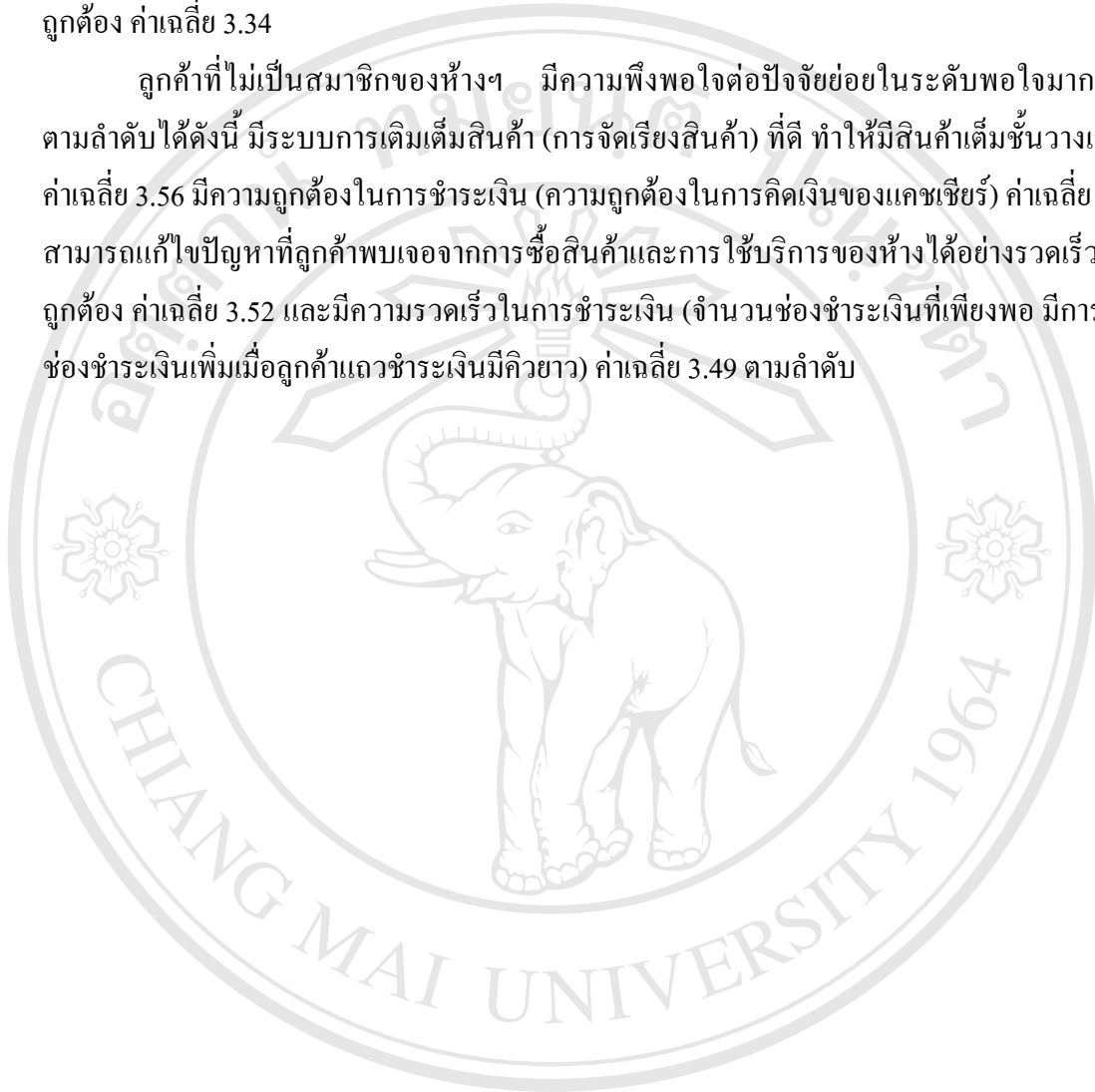
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	การเป็นสมาชิก	
	เป็นสมาชิก N = 234	ไม่เป็นสมาชิก N = 166
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว)	3.43 มาก	3.49 มาก
2. มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์)	3.52 มาก	3.54 มาก
3. มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ	3.42 มาก	3.56 มาก
4. สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.34 ปานกลาง	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43 มาก	3.53 มาก

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริการจำแนกตามการเป็นสมาชิกของห้างฯ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 และลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อย พบว่า

ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.52 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.43 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางคือ สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.34

ลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิกของห้างฯ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียง ตามลำดับได้ดังนี้ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.56 มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.54 สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและ ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.52 และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิด ช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูนจำแนกตามการเป็นสมาชิกห้างแห่งฟ้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ	เป็นสมาชิก N = 234		ไม่เป็นสมาชิก N = 166	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก	3.54	มาก
ด้านราคา	3.69	มาก	3.66	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.48	มาก	3.53	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก	3.53	มาก
ด้านบุคลากร	3.50	มาก	3.61	มาก
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.40	ปานกลาง	3.47	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.43	มาก	3.53	มาก

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแห่งฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการบริการ ตามลำดับ และที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นสมาชิกห้างแห่งฟ้าพลาซ่า มีความพึงพอใจในระดับมากต่อทุกปัจจัย เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 - 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 - 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
แผนกซูเปอร์มาร์เกต					
1. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาด บรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.48 มาก	3.55 มาก	3.60 มาก	3.43 มาก	3.38 ปานกลาง
2. สินค้ามีคุณภาพ ใหม่และสะอาด ปลอดภัย	3.57 มาก	3.63 มาก	3.69 มาก	3.52 มาก	3.42 มาก
3. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.60 มาก	3.68 มาก	3.75 มาก	3.64 มาก	3.29 ปานกลาง
4. มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาล จำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ)	3.67 มาก	3.72 มาก	3.73 มาก	3.52 มาก	3.40 ปานกลาง
แผนกดีพาร์ทเมนต์สตรี (Floor 1,2,3)					
5. สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาด บรรจุ รูปแบบ รุ่น)	3.56 มาก	3.56 มาก	3.42 มาก	3.45 มาก	3.13 ปานกลาง
6. สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีตำหนิ	3.55 มาก	3.50 มาก	3.38 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง
7. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ	3.55 มาก	3.65 มาก	3.76 มาก	3.66 มาก	3.46 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 มาก	3.62 มาก	3.62 มาก	3.51 มาก	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับรายได้โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 และลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังนี้

แผนกซูเปอร์มาร์เกต

ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อ ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.67 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.60 สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.57 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.72 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.68 สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.63 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.75 มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.73 สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.69 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.64 มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) และสินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.52 และสินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ลูก้าที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพใหม่และสะอาดปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.42 มีสินค้าตามโอกาสและ เทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเป๋าสินค้าตามเทศกาลต่างๆ) ค่าเฉลี่ย 3.40 สินค้ามีความหลากหลาย ครบ ครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.38 และสินค้ามีเพียงพอต่อ ความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

แผนกดีพาร์ตเมนต์สตรี

ลูก้าที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อ ทุกปัจจัยอยู่ใน ระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีความหลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.56 สินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิและสินค้ามีเพียงพอต่อ ความ ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.55

ลูก้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยใน ระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.65 สินค้ามีความ หลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.56 และสินค้า มีคุณภาพไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ลูก้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยใน ระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.76 และสินค้ามีความ หลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38

ลูก้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยใน ระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.66 และสินค้ามีความ หลากหลาย ครบครัน ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ ขนาดบรรจุ รูปแบบ รุ่น) ค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32

ลูก้าที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.46

ปัจจัยย่อยที่ลูก้ามีความพึงพอใจระดับพอไปปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพไม่มีตำหนิ ค่าเฉลี่ย 3.15 และสินค้ามีเพียงพอต่อความต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านราคา	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 – 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 – 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ	3.54 มาก	3.86 มาก	3.67 มาก	3.79 มาก	3.54 มาก
2. ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา	3.70 มาก	3.69 มาก	3.71 มาก	3.61 มาก	3.44 มาก
3. มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง	3.67 มาก	3.79 มาก	3.71 มาก	3.73 มาก	3.56 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 มาก	3.78 มาก	3.69 มาก	3.71 มาก	3.51 มาก

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 และลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่าง

ต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.67 ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.70 และสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.86 มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.79 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.71 และสินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.79 มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.73 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ มีสินค้าราคาพิเศษสับเปลี่ยนมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.56 สินค้าราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.54 และราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา ค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 – 10,000 บาท N = 111	10,001 – 15,000 บาท N = 55	15,001 – 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักอาศัย ที่ ทำงาน	3.54 มาก	3.46 มาก	3.60 มาก	3.55 มาก	3.60 มาก
2. เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความ เหมาะสม	3.60 มาก	3.77 มาก	3.51 มาก	3.68 มาก	3.62 มาก
3. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย	3.43 มาก	3.18 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
4. มีจำนวนรถเข็นและตะกร้า ให้บริการอย่างเพียงพอ	3.55 มาก	3.50 มาก	3.36 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
5. จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือก ซื้อได้สะดวก	3.55 มาก	3.61 มาก	3.56 มาก	3.39 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
6. รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือก ซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก	3.64 มาก	3.59 มาก	3.65 มาก	3.41 มาก	3.29 ปานกลาง
7. มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้าน ขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น)	3.54 มาก	3.65 มาก	3.76 มาก	3.61 มาก	3.44 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก	3.45 มาก	3.32 ปานกลาง

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มี

ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 และลูกค้ำที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้แก่ รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ำมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.64 เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.60 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอและจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.55 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรอที่ทำงาน และมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.54 และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.77 มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย 3.65 จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.61 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ำมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.59 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.50 และ ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรอที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ลูกค้ำให้ความพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.18

ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย 3.76 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ำมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.65 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรอที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.60 จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.56 เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ลูกค้าให้ความพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 และจำนวนรถเข็น และตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.68 มีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย 3.61 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรอที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.55 และรูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับ พอใจปานกลางได้แก่ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.39 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.32 และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ เวลาในการเปิด-ปิดห้าง มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.62 ที่ตั้งของห้างใกล้ที่พักรอที่ทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.60 และมีความหลากหลายของร้านเช่า (เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายวิดีโอ เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับ พอใจปานกลางได้แก่ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.35 รูปแบบการจัดวางสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น หยิบสินค้าได้ง่าย เดินเลือกซื้อสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.29 มีจำนวนรถเข็นและตะกร้าให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.06 และสถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 - 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 - 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเออร์ท์ โบปลิว	3.56 มาก	3.38 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จีบรางวัล เป็นต้น	3.64 มาก	3.57 มาก	3.58 มาก	3.52 มาก	3.37 ปานกลาง
3. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ	3.63 มาก	3.67 มาก	3.58 มาก	3.52 มาก	3.52 มาก
4. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก	3.51 มาก	3.58 มาก	3.67 มาก	3.52 มาก	3.62 มาก
5. มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.63 มาก	3.49 มาก	3.42 มาก	3.46 มาก	3.44 มาก
6. มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น	3.52 มาก	3.54 มาก	3.42 มาก	3.39 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 มาก	3.54 มาก	3.50 มาก	3.46 มาก	3.42 มาก

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 และลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.64 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.63 การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น ทางวิทยุ ป้ายรถเมล์ ทีวี โปสเตอร์ ค่าเฉลี่ย 3.56 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดดวงคนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.52 และการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.67 การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.58 การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.57 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดดวงคนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.54 และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น ทางวิทยุ ป้ายรถเมล์ ทีวี โปสเตอร์ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.67 การ

ส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.58 มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้าและมีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.42 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ และการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.52 และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือนมีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.39 และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว ค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ค่าเฉลี่ย 3.62 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของห้าง กระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้น เช่น สินค้าราคาพิเศษ การลดราคาพิเศษในโอกาสต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.52 และมีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม จักรรางวัล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.37 มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้างให้แก่ลูกค้า เช่น ประกวดวงดนตรี การประกวดเต้น การจัดคอนเสิร์ต การบริจาคของแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.31 และการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่นทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปลิว ค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 – 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 – 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. พนักงานมีกิจกรรมทางที่ดี มีความสุขาเปรียบร้อย	3.66 มาก	3.62 มาก	3.40 ปานกลาง	3.55 มาก	3.40 ปานกลาง
2. พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง	3.61 มาก	3.65 มาก	3.44 มาก	3.50 มาก	3.31 ปานกลาง
3. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	3.66 มาก	3.50 มาก	3.55 มาก	3.48 มาก	3.50 มาก
4. พนักงานมีความใส่ใจลูกค้า และกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.60 มาก	3.53 มาก	3.42 มาก	3.54 มาก	3.35 ปานกลาง
5. พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอริยาสัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.57 มาก	3.69 มาก	3.53 มาก	3.61 มาก	3.42 มาก
6. การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น	3.56 มาก	3.60 มาก	3.47 มาก	3.50 มาก	3.27 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 มาก	3.60 มาก	3.47 มาก	3.53 มาก	3.37 ปานกลาง

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.47 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับพอใจมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้ พนักงานมีกิจกรรมรยาที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.66 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.61 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.60 พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.57 และการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.69 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.65 พนักงานมีกิจกรรมรยาที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.62 การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.60 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.53 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.55 พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่น มีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.53 การให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.47 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.44 และพนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมี

กิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.61 พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.55 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.54 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้องและการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.50 และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.50 และพนักงานมีความเป็นมิตร ในการให้บริการ เช่นมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ พนักงานมีกิริยามารยาทที่ดี มีความสุภาพเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.40 พนักงานมีความใส่ใจลูกค้าและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.35 พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนการให้บริการให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.31 และการให้ความช่วยเหลือภายในห้างของพนักงาน เช่น การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การแนะนำข้อมูล เป็นต้น ค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 - 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 - 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้าง ขนาดใหญ่และสังเกตเห็นได้ง่าย	3.42 มาก	3.50 มาก	3.31 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
2. การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคาร ภายนอกและภายในห้าง	3.44 มาก	3.43 มาก	3.25 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
3. ความสะอาดของภายในห้างและ บริเวณรอบอาคาร	3.52 มาก	3.50 มาก	3.35 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
4. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.47 มาก	3.36 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
5. ความสะอาดของตะกร้าและ รถเข็นสินค้า	3.49 มาก	3.36 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง
6. ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและ สินค้า	3.58 มาก	3.55 มาก	3.44 มาก	3.45 มาก	3.25 ปานกลาง
7. รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม	3.58 มาก	3.55 มาก	3.47 มาก	3.38 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
8. มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ	3.45 มาก	3.40 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
9. มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ ง่าย	3.51 มาก	3.41 มาก	3.38 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง

ตารางที่ 50 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 – 10,000 บาท N = 111	10,001 - 15,000 บาท N = 55	15,001 – 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
10. มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.49 มาก	3.43 มาก	3.27 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
11. มีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า	3.52 มาก	3.49 มาก	3.38 ปานกลาง	3.52 มาก	3.31 ปานกลาง
12. สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคา	3.47 มาก	3.59 มาก	3.33 ปานกลาง	3.52 มาก	3.33 ปานกลาง
13. รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาดเรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ	3.48 มาก	3.62 มาก	3.42 มาก	3.55 มาก	3.42 มาก
14. ห้างแถมฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป	3.63 มาก	3.71 มาก	3.60 มาก	3.73 มาก	3.62 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.49 มาก	3.37 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.49 ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 –

15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 ลูกค้ำที่มีรายไ้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38 และลูกค้ำที่มีรายไ้ได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.24 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า

ลูกค้ำที่มีรายไ้ได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่ปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้างแฉ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.63 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงามและมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.58 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร และมีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.27 ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้าและมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.49 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาดเรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.48 ความสะอาดของห้องน้ำ และสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบราคาค่าเฉลี่ย 3.47 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.45 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.44 และมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และตั้งเกดได้ง่ายและมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.42

ลูกค้ำที่มีรายไ้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่ปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ ห้างแฉ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.71 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.62 สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 3.59 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงามและมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.55 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.54 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.50 มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.49 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง และมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.43 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ และความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.36 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.60 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงาม และมีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.47 และความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.44 และรูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยที่ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.38 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.36 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร ค่าเฉลี่ย 3.35 สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 3.33 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.31 ความสะอาดของห้องน้ำและมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.27 และการตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.73 รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.55 มีป้ายแสดงราคาโปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า และสามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.52 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงามและมีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.38 มีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.32 มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่ ค่าเฉลี่ย 3.30 มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.29 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.27 ความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.23 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร ค่าเฉลี่ย 3.21 และความสะอาดของห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อบริการจ้อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ห้างแจ่มฟ้าพลาซ่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ค่าเฉลี่ย 3.62 และรูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายพนักงานสะอาด เรียบร้อย มีความพร้อมในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ สามารถตรวจสอบราคาสินค้าได้จากเครื่องตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 3.33 มีป้ายแสดงราคาโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.31 รูปแบบการจัดวางสินค้าสวยงามและมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของห้างขนาดใหญ่และสังเกตได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.29 ความสะอาดของชั้นวางสินค้าและสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.25 มีป้ายบอกตำแหน่งสินค้าชัดเจน เลือกหาแผนกสินค้าที่ต้องการได้ง่าย และมีป้ายบอกราคาสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.23 การตกแต่งที่ทันสมัยของอาคารภายนอกและภายในห้าง ค่าเฉลี่ย 3.21 ความสะอาดของภายในห้างและบริเวณรอบอาคาร ค่าเฉลี่ย 3.17 และความสะอาดของห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.00 มีป้ายบอกทางที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ห้องน้ำ ค่าเฉลี่ย 3.04 และความสะอาดของตะกร้าและรถเข็นสินค้า ค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน
กระบวนการบริการจำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท N = 126	5,001 – 10,000 บาท N = 111	10,001 – 15,000 บาท N = 55	15,001 – 20,000 บาท N = 56	มากกว่า 20,000 บาท N = 52
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
1. มีความรวดเร็วในการชำระ เงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่ เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระ เงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระ เงินมีคิวยาว)	3.54 มาก	3.48 มาก	3.35 ปานกลาง	3.43 มาก	3.35 ปานกลาง
2. มีความถูกต้องในการชำระ เงิน (ความถูกต้องในการ คิดเงินของแคชเชียร์)	3.52 มาก	3.59 มาก	3.44 มาก	3.52 มาก	3.52 มาก
3. มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้ มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ	3.56 มาก	3.52 มาก	3.31 ปานกลาง	3.45 มาก	3.40 ปานกลาง
4. สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้า พบเจอจากการซื้อสินค้าและ การใช้บริการของห้างได้อย่าง รวดเร็วและถูกต้อง	3.52 มาก	3.47 มาก	3.25 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 มาก	3.51 มาก	3.34 ปานกลาง	3.45 มาก	3.37 ปานกลาง

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
บริการ จำแนกตามระดับรายได้ โดยลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความ

พึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.45 และลูกค้ำที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.37 และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อย พบว่า

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.56 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้ำแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.54 มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้ำพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.52 ตามลำดับ

ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.59 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.52 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้ำแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.48 และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้ำพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากได้แก่ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้ำแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.35 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.31 และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้ำพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของ

แคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.52 มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.45 และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39

ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพอใจมากคือ มีความถูกต้องในการชำระเงิน (ความถูกต้องในการคิดเงินของแคชเชียร์) ค่าเฉลี่ย 3.52

ส่วนปัจจัยย่อยที่ลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจในระดับพอใจปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีระบบการเติมเต็มสินค้า (การจัดเรียงสินค้า) ที่ดี ทำให้มีสินค้าเต็มชั้นวางเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.40 มีความรวดเร็วในการชำระเงิน (จำนวนช่องชำระเงินที่เพียงพอ มีการเปิดช่องชำระเงินเพิ่มเมื่อลูกค้าแถวชำระเงินมีคิวยาว) ค่าเฉลี่ย 3.35 และสามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและการใช้บริการของห้างได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า อำเภอเมือง ลำพูน จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ	ระดับรายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย	ค่าเฉลี่ย ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.57 มาก	3.61 มาก	3.62 มาก	3.51 มาก	3.32 ปานกลาง
ด้านราคา	3.63 มาก	3.78 มาก	3.69 มาก	3.71 มาก	3.51 มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.55 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก	3.45 มาก	3.32 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38 ปานกลาง	3.54 มาก	3.50 มาก	3.46 มาก	3.42 มาก
ด้านบุคลากร	3.61 มาก	3.60 มาก	3.47 มาก	3.53 มาก	3.37 ปานกลาง
ด้านการนำเสนอทางกายภาพ	3.50 มาก	3.49 มาก	3.37 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
ด้านกระบวนการบริการ	3.54 มาก	3.51 มาก	3.34 ปานกลาง	3.45 มาก	3.37 ปานกลาง

จากตารางที่ 52 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามระดับรายได้ของลูกค้าสามารถสรุปภาพรวม สำหรับแต่ละระดับรายได้ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านราคา ด้านบุคลากร

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ในระดับปานกลาง คือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการบริการ ในระดับปานกลาง คือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการ ในระดับมากเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าและใช้บริการที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขา
อำเภอเมือง ลำพูน

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ใน
การเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง
ลำพูน (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต)	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่มีคุณภาพ	36	9.0
สินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ(ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ)	103	25.7
สินค้านี้ไม่เพียงพอกับความต้องการ	153	38.2
ไม่มีสินค้าตามโอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าของขวัญ)	83	20.7

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์มาร์เกต) จำนวน 400 คน
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกซูเปอร์
มาร์เกต) ในเรื่องสินค้านี้ไม่เพียงพอกับความต้องการมากที่สุด ร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ สินค้าไม่
หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ) ร้อยละ 25.7 และไม่มีสินค้าตาม
โอกาสและเทศกาลจำหน่าย (เช่น กระเช้าของขวัญ) ร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน (แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ (Floor 1,2,3)	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่มีคุณภาพ มีตำหนิ	62	15.5
สินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ)	104	26.0
สินค้ามีไม่เพียงพอกับความต้องการ	81	20.2

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ (แผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์) จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในแผนกดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เกี่ยวกับ สินค้าไม่หลากหลาย ไม่ตรงกับความต้องการ (ยี่ห้อ รูปแบบ ขนาดบรรจุ) มากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ สินค้ามีไม่เพียงพอกับความต้องการร้อยละ 20.2 และสินค้าไม่มีคุณภาพ มีตำหนิ ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าแพงกว่าร้านค้านอื่น ๆ	82	20.5
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคา	159	39.7
ไม่มีสินค้าราคาพิเศษ	122	30.5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านราคา จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านราคา ในเรื่องราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายราคามากที่สุด ร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ไม่มีสินค้าราคาพิเศษ ร้อยละ 30.5 และราคาสินค้าแพงกว่าร้านค้านอื่น ๆ ร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สะดวกในการเดินทาง ไกลจากที่พักอาศัยและที่ทำงาน	73	18.2
สถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอ	224	56.0
จำนวนรถเงินและตะกร้าไม่เพียงพอ	91	22.7
การจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อสินค้าได้ยาก	65	16.2
รูปแบบการจัดวางสินค้าบนชั้นวางทำให้ไม่สะดวกต่อการหยิบสินค้า	63	15.7
เวลาในการเปิด-ปิดหน้าไม่เหมาะสม	69	17.2
ไม่มีความหลากหลายของร้านเช่า	94	23.5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับสถานที่จอดรถไม่สะดวก ไม่เพียงพอมากที่สุด ร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ไม่มีความหลากหลายของร้านเช่า ร้อยละ 23.5 และจำนวนรถเงินและตะกร้าไม่เพียงพอ ร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าปลาซ่า สาขา อำเภอเมือง ลำพูน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ ไม่เหมาะสม เช่น ทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปปลิว	92	23.0
การส่งเสริมการขาย เช่น ของแถม การแจกคู่มือลดราคา การสะสมแต้ม การจับรางวัล ไม่สามารถกระตุ้นความต้องการซื้อให้มากขึ้นได้	71	17.7
ไม่มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก	80	20.0
ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือ แจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า	120	30.0
ไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้าง	85	21.2

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง ไม่มีการแนะนำการใช้สินค้า สาธิตวิธีการใช้ หรือแจกตัวอย่างสินค้า ณ จุดจำหน่ายสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ ไม่เหมาะสม เช่น ทางวิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ โบปปลิว ร้อยละ 23.0 และไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ ของห้าง ร้อยละ 21.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมืองลำพูน

ปัญหาด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานมีกิริยาไม่สุภาพ	66	16.5
พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	138	34.5
พนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า และให้คำแนะนำที่ไม่ถูกต้อง	93	23.2
พนักงานไม่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าได้เมื่อเกิดปัญหา	102	25.5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านบุคลากร จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านบุคลากร ในด้านพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากที่สุด ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือพนักงานไม่สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าได้ เมื่อเกิดปัญหา ร้อยละ 25.5 และพนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า และให้คำแนะนำที่ไม่ถูกต้อง ร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขา อำเภอเมือง ลำพูน

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
อาคาร/สถานที่ภายในและภายนอกของห้างไม่สะดวก	80	20.0
ห้องน้ำไม่สะอาด	129	32.2
ตะกร้าและรถเข็นไม่สะอาด	111	27.7
รูปแบบการจัดวางสินค้าไม่สวยงาม	41	10.2
ป้ายบอกทางเห็นไม่ชัดเจน เช่น ทางหนีไฟ ทางไปห้องน้ำ	100	25.0
ป้ายบอกตำแหน่งสินค้าไม่ชัดเจน ทำให้เลือกหาสินค้าได้ยาก	79	19.7
ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน	142	35.5
ป้ายแสดงราคาสินค้า โปรโมชันหรือส่วนลดพิเศษ ณ จุดจำหน่ายสินค้าไม่ชัดเจน	74	18.5
รูปแบบ (แบบฟอร์ม) การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมต่อการให้บริการ	31	7.7

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในด้านป้ายบอกราคาไม่ชัดเจนมากที่สุด ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 32.2 และตะกร้าและรถเข็นไม่สะอาด ร้อยละ 27.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการบริการ ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการบริษัทสรรพสินค้า แจ่มฟ้าพลาซ่า สาขา อำเภอเมือง ลำพูน

ปัญหาด้านกระบวนการบริการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงิน	136	34.0
ความผิดพลาดในการชำระเงิน (คิดเงิน) ของแคชเชียร์ เช่น ทอนเงินขาด/เกิน คิดจำนวนสินค้าขาด/เกิน	69	17.2
ระบบการเติมเต็มสินค้าไม่เหมาะสม ทำให้สินค้าขาดบนชั้นวางสินค้า	100	25.0
การแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและใช้บริการ มีความล่าช้า	114	28.5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านกระบวนการบริการ จำนวน 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านกระบวนการบริการ ในด้านจำนวนช่องชำระเงินไม่เพียงพอ ไม่มีความรวดเร็วในการเปิดช่องชำระเงินเพิ่ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงินมากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ การแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบเจอจากการซื้อสินค้าและใช้บริการ มีความล่าช้า ร้อยละ 28.5 และระบบการเติมเต็มสินค้าไม่เหมาะสม ทำให้สินค้าขาดบนชั้นวางสินค้า ร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากแบบสอบถามแบบปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า สาขาอำเภอเมือง ลำพูน สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ห้องน้ำไม่สะอาด (15) ควรมีที่จอดรถมากกว่านี้ (7) ห้องน้ำหายาก ทางเดินในซูเปอร์มาร์เกตแคบเกินไป พนักงานคิดเงินล่าช้า (5) รถเข็นและตะกร้ามีน้อยเกินไปในช่วงวันที่มีโปรโมชั่น (4) ควรมีเมนูอาหาร (3) ควรลดราคาสินค้าให้มากขึ้น (3) อยากให้มีแคชเชียร์เครื่องใช้ไฟฟ้า (2) อยากให้มีการติดต่อสมาชิกด้วยการส่งใบปลิวจัดรายการถึงบ้าน (1) ควรปรับปรุงพนักงาน เนื่องจากพนักงานบริการไม่สุภาพ ไม่มีความกระตือรือร้น ชอบแสดงออกทางสีหน้า (1) ควรเพิ่มความเร็วในการคิดเงิน (1) สินค้าราคาถูกมากกว่าห้างอื่น (1) อยากให้ขยายกิจการเป็นห้างที่ใหญ่ที่สุดในลำพูน (1) ห้องน้ำควรมีที่ดูดอากาศ, พนักงาน(ขายเครื่องสำอาง) ควรประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าและ โทรแจ้งกรณีมีโปรแกรมลดแลกแจกแถม (1) ควรมีการปรับปรุงสถานที่ให้ชัดเจน แบ่งเป็นสัดส่วนปรับปรุงการให้บริการที่ดีกว่านี้ (1) ควรมีแคชเชียร์บัตรเครดิต (1) เมื่อแจ้งราคาหีบแล้วควรเฉลี่ยราคาต่อชิ้น คิดป้ายบอกอย่างห้างแม็คโคร จะได้ไม่ต้องหยิบไปตรวจราคาอีกเพราะทำให้เสียเวลา (1) กรุณาคิดแผ่นป้ายตัวใหญ่ๆ เวลาสินค้าจัดลดแลกแจกแถม (1) เสื้อผ้าแบรนด์ชั้นนำมีน้อย (1) แบบสอบถามไม่ควรมีจำนวนข้อเยอะเกินไป ลูกค้าบางคนไม่ค่อยมีเวลา ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย (1) อยากให้มีลานโปรโมชั่นภายในห้าง (1) การซื้อสินค้าเมื่อชำระโดยเครดิตการ์ด ไม่ควรบวกเพิ่ม 2% (1) ห้องน้ำมีน้อยไม่เพียงพอ (1) ควรมีแคชเชียร์เสื้อผ้าที่ชัดเจนกว่านี้ ปัจจุบันเหมือนกับอยู่รวมๆ กัน บางครั้งจะหาเสื้อผ้าห้อยที่อยากจะได้ก็หาไม่เจอ (1) ห้องน้ำควรมีกระดาดยี่ห้อ (1) ควรสร้างบันไดเลื่อนเพราะเวลาเดินขึ้นชั้น 3 มันเหนื่อยมาก (1) ควรจัดที่นั่งพักผ่อน (1) ที่จอดรถอยู่ไกลมาก (1) และ อยากให้นำสินค้าที่มีคุณภาพ (เกรด A) มาลดราคาบ่อยๆ (1)