

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษา เรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้ทำการเก็บตัวอย่างตั้งแต่เดือน เมษายน – พฤษภาคม พ.ศ. 2552 จากร้านขายเครื่องมือช่างก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ตัวอย่างกลุ่มเลือกแบบบังเอิญ โดยเก็บตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้มี วัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน และ เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ในปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทางด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ชาย	151	75.5
หญิง	49	24.5
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คือ มีจำนวน 151 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 75.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาเป็นเพศหญิง มีจำนวน 49 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทางด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	14	7.0
21 - 30 ปี	52	26.0
31 - 40 ปี	65	32.5
41 - 50 ปี	55	27.5
51 - 60 ปี	13	6.5
มากกว่า 61 ปี	1	0.5
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี คือ คิดเป็นร้อยละ 32.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41- 50 ปี และ 21 -30 ปี คือ คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ 26.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทางด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
โสด	67	33.5
สมรส	125	62.5
หย่าร้าง	8	4.0
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คือ คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ มีสถานภาพโสด และ หย่าร้าง คือ คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ 4.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทางด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประถมศึกษา	50	25.0
มัธยมศึกษา	77	38.5
อนุปริญญา	30	15.0
ปริญญาตรี	35	17.5
ปริญญาโทขึ้นไป	5	2.5
ไม่ได้รับการศึกษา	3	1.5
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คือ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และระดับปริญญาตรี คือ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 17.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลทางด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	20	10.0
พนักงานเอกชน	29	14.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	7.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	17	8.5
ธุรกิจส่วนตัว	34	17.0
เกษตรกร	42	21.0
ช่างอิสระ	28	14.0
ผู้รับเหมา	7	3.5
อื่นๆ	9	4.5
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกร คือ คิดเป็นร้อยละ 21.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคืออาชีพทำธุรกิจส่วนตัว และเป็นพนักงานเอกชน คือ คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 14.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทางด้านรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	141	70.5
10,000 - 20,000 บาท	43	21.5
20,000 - 50,000 บาท	13	6.5
มากกว่า 50,000 บาท	3	1.5
รวม	200	100.0

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คือ คิดเป็นร้อยละ 70.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท และ 20,000 - 50,000 บาท คือ คิดเป็นร้อยละ 21.5 และ 6.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 200 ตัวอย่าง ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง

วัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งนี้	จำนวน	ร้อยละ
เข้ามาเลือกซื้อเครื่องมือไว้ใช้งาน	144	72.0
เครื่องมือเก่าเสีย	60	30.0
ต้องการผลิตภัณฑ์ทันสมัยกว่าอันเดิม	33	16.5
ซื้อตำรองเก็บไว้	11	5.5
เข้ามาขอคำปรึกษาจากทางร้าน	38	19.0
เลือกซื้อชิ้นส่วนเพิ่มเติม	63	31.5
เพื่อหาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ	15	7.5
รวม	334	-

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4.7 เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเข้ามาเลือกซื้อเครื่องมือไว้ใช้งาน คือ คิดเป็นร้อยละ 72.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เข้ามาเพื่อเลือกซื้อชิ้นส่วนเพิ่มเติม และ เข้ามาเนื่องจากเครื่องมือเก่าเสีย คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ 30.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงสาเหตุในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือแห่งหนึ่ง

สาเหตุในการตัดสินใจเข้ามาใช้ บริการร้านขายเครื่องมือแห่งนี้	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งใกล้บ้าน	81	40.5
ราคาถูกกว่าที่อื่น	84	42.0
มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	41	20.5
มีการรับประกันสินค้า	24	12.0
ได้รับคำแนะนำจากคนอื่น	27	13.5
ความสะดวกสบายของที่จอดรถ	25	12.5
ประทับใจในบริการ	57	28.5
ชื่อเสียงของร้าน	35	17.5
รู้จักเจ้าของร้าน	15	7.5
อื่นๆ	5	2.5
รวม	394	-

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4.8 เมื่อจำแนกตามสาเหตุในการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการเนื่องจากราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น คือ คิดเป็นร้อยละ 42.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ สถานที่ตั้งใกล้บ้าน และ ประทับใจในบริการ คิดเป็นร้อยละ 40.5 และ 28.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ โดยมีสาเหตุอื่นๆ เช่น การเห็นจากป้ายโฆษณา, การฟังจากวิทยุ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.9 แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องมือช่างของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องมือช่าง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เพื่อซ่อมแซมสิ่งประดิษฐ์สิ่งของภายในบ้าน	77	38.5
เพื่อซ่อมแซมและประดิษฐ์ของในหน่วยงาน	35	17.5
เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพผู้รับเหมาก่อสร้าง	22	11.0
เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพช่างอิสระ	62	31.0
อื่นๆ	4	2.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 เมื่อจำแนกวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องมือช่างจากทางร้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องมือช่างเพื่อซ่อมแซมสิ่งประดิษฐ์ภายในบ้าน คือ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพช่างอิสระ และเพื่อซ่อมแซมหรือประดิษฐ์ของในหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ 17.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น ซื้อเก็บไว้สำรองโดยยังไม่ได้ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.10 แสดงแรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องมือช่างจากทางร้าน

แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องมือช่างจากทางร้าน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
มีคุณภาพดีกว่า	59	29.5
จำเป็นต้องใช้งาน	86	43.0
ราคาถูกกว่าที่อื่น	43	21.5
เป็นช่วงสินค้าจัดโปรโมชั่น	12	6.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 แรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกตัดสินใจเข้ามาเลือกซื้อเครื่องมือช่างจากทางร้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำเป็นต้องใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ มีคุณภาพสินค้าดีกว่า และ ราคาถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 29.5 และ 21.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงประเภทสินค้าที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด

ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เครื่องมือช่างพื้นฐาน	97	48.5
เครื่องมือช่างก่อสร้าง	19	9.5
เครื่องมือช่างเชื่อม	9	4.5
เครื่องมือช่างไฟฟ้า	24	12.0
เครื่องมือช่างประปา	3	1.5
เครื่องมือช่างไม้	36	18.0
อื่นๆ	12	6.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าที่ถูกเลือกซื้อบ่อยที่สุดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเครื่องมือช่างพื้นฐาน เช่น ค้อน, ไขควง, ปะแจ, คีม ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 48.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เครื่องมือช่างไม้ เช่น สว่าน, สี่ง, กบไสไม้, เลื่อยตัดไม้ ฯลฯ และ เครื่องมือช่างไฟฟ้า เช่น แอมมิเตอร์วัดกระแสไฟ, ไขควงวัดไฟ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ 12.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ โดยมีประเภทสินค้าอื่นๆที่เลือกซื้อ เช่น ชิ้นส่วนเครื่องมือ, ชิ้นส่วนอุปกรณ์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.12 แสดงความต้องการคำแนะนำจากพนักงานขาย

ความต้องการคำแนะนำจากพนักงานขาย	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต้องการ	190	95.0
ไม่ต้องการ	10	5.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีความต้องการคำแนะนำจากพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 95.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ ไม่ต้องการคำแนะนำจากพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 5.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.13 แสดงความรู้ความชำนาญของผู้ซื้อเกี่ยวกับเครื่องมือช่างที่สนใจ

ความรู้ความชำนาญของผู้ซื้อ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อย	41	20.5
ปานกลาง	137	68.5
มาก	22	11.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 จากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ประเมินตนเองว่ามีความชำนาญเกี่ยวกับเครื่องมือช่างที่สนใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความชำนาญในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 68.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ มีความรู้ความชำนาญในระดับน้อย และ มาก คิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 11.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เงินสด	190	95.0
บัตรเครดิต	3	1.5
เช็คเงินสด	1	0.5
เงินเชื่อ	5	2.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.14 เมื่อจำแนกข้อมูลวิธีการชำระเงินพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 95.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่คือกลุ่มเกษตรกรที่ไม่มีรายได้ที่แน่นอนจึงไม่สามารถทำบัตรเครดิตหรือขอเปิดวงเงินเครดิตได้ รองลงมาคือวิธีการชำระเงินแบบเงินเชื่อ และ บัตรเครดิต จากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานซึ่งสามารถขอเปิดวงเงินเครดิตกับทางร้านได้และกลุ่มพนักงานเอกชนที่มีบัตรเครดิตจึงสามารถนำมาชำระแทนเงินสดได้ คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ 1.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามลำดับ โดยมีวิธีการชำระเงินอื่นๆ เช่น การนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนกัน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.15 แสดงความถี่ในการเข้ามาใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างในแต่ละเดือน

ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 – 3 ครั้ง ต่อ เดือน	142	71.0
3 – 10 ครั้ง ต่อ เดือน	50	25.0
มากกว่า 10 ครั้ง ต่อ เดือน	8	4.0
รวม	200	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.15 เมื่อจำแนกตามความถี่ในการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภคพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 71.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ มีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ 3-10 ครั้ง ต่อเดือน และมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 4.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงวันที่เดินทางเข้ามาใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างในแต่ละเดือน

วันที่เดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างประจำ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
จันทร์ – ศุกร์	132	66.0
เสาร์ – อาทิตย์	49	24.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	4	2.0
อื่นๆ	15	7.5
รวม	200	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.16 วันที่เดินทางเข้ามาใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ วันจันทร์-ศุกร์ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่งานปกติเมื่อมีสิ่งของขาดเหลือจึงเดินทางเข้ามาซื้อในช่วงนี้ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ วันเสาร์-อาทิตย์ และ วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 24.5 และ 2.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ โดยที่มีวันเดินทางมาใช้บริการไม่แน่นอนคือจะมาซื้อเมื่อจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 7.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.17 แสดงช่วงเวลาที่เดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างเป็นประจำ

ช่วงเวลาที่มาซื้อเครื่องมือช่าง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ช่วงเช้า 8.00 – 12.00 น.	106	53.0
ช่วงบ่าย 12.00 – 17.00 น.	67	33.5
ช่วงเย็น 17.00 – 20.00 น.	27	13.5
รวม	200	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างจากร้านโดยส่วนใหญ่ คือ ช่วงเช้า ตั้งแต่ 8.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 53.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ ช่วงบ่าย 12.00 – 17.00 น. และ ช่วงเย็น 17.00 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.5 และ 13.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงวิธีการเดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างส่วนใหญ่

วิธีการเดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างส่วนใหญ่	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เดินเท้า	4	2.0
จักรยาน	6	3.0
มอเตอร์ไซด์	104	52.0
รถยนต์	85	42.5
รถประจำทาง	1	0.5
รวม	200	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 พบว่าวิธีการเดินทางมาซื้อเครื่องมือช่างของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การเดินทางมาโดยมอเตอร์ไซด์ คิดเป็นร้อยละ 52.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เดินทางมาโดยใช้รถยนต์ และ จักรยาน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และ 3.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง

จากผลการศึกษาทางด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง ซึ่งได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
ความหลากหลายของสินค้า	125	74	0	1	2.62	1	มาก
ความทันสมัยของสินค้าในร้าน	78	118	4	0	2.37	2	ปานกลาง
สินค้าชนิดเดียวกันแต่มีหลากหลายยี่ห้อ	82	109	9	0	2.37	2	ปานกลาง
สินค้าชนิดเดียวกันแต่มีหลากหลายคุณภาพ	79	112	9	0	2.35	4	ปานกลาง
มีการรับประกันในผลิตภัณฑ์	81	112	5	2	2.36	3	ปานกลาง
รวม	445	525	27	3	2.41		ปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความหลากหลายของสินค้าเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับมาก

ตารางที่ 4.20 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม	90	102	4	4	2.39	1	ปานกลาง
การให้ส่วนลดมาก	68	119	9	4	2.26	2	ปานกลาง
มีใบเสร็จชัดเจนในแต่ละครั้งที่เลือกซื้อ	68	105	19	8	2.17	3	ปานกลาง
รวม	226	326	32	16	2.27		ปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.21 แสดงปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
มีแผนที่เดินทางมาที่ร้านชัดเจน	49	116	19	16	1.99	3	ปานกลาง
อยู่ใจกลางเมือง	75	109	15	1	2.29	1	ปานกลาง
อยู่ใกล้ชุมชน	65	114	19	2	2.21	2	ปานกลาง
มีสาขาหลายแห่ง	45	104	33	18	1.88	4	ปานกลาง
รวม	234	443	86	37	2.09		ปานกลาง

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสถานที่อยู่ใจกลางเมืองเป็นปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.22 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นประจำ	55	113	21	11	2.06	2	ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถม	55	120	20	5	2.13	1	ปานกลาง
รวม	110	233	41	16	2.09		ปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจัดการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถม เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.23 แสดงปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านการบริการ	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
บริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่	57	110	23	10	2.07	3	ปานกลาง
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า	67	119	11	3	2.25	2	ปานกลาง
บริการดูแลหลังการขาย	73	109	16	2	2.27	1	ปานกลาง
บริการออกไปติดตั้งและสาธิตนอกสถานที่	42	121	26	11	1.97	4	ปานกลาง
รวม	239	459	76	26	2.14		ปานกลาง

ปัจจัยด้านการบริการ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการบริการดูแลหลังการขายเป็นปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.24 แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
ความรู้ความชำนาญในการให้คำแนะนำ	75	116	7	2	2.32	1	ปานกลาง
ความเป็นมิตรและมนุษยสัมพันธ์	75	109	11	5	2.27	2	ปานกลาง
จำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อลูกค้า	60	115	20	5	2.15	4	ปานกลาง
ความสนใจที่มีต่อลูกค้า	68	114	16	2	2.24	3	ปานกลาง
รวม	278	454	54	14	2.24		ปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความรู้ความชำนาญในการให้คำแนะนำ เป็นปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.25 แสดงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ระดับอิทธิพล				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับอิทธิพล
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
มีบริการให้นำคัมพริในร้าน	47	109	29	15	1.94	3	ปานกลาง
มีเครื่องปรับอากาศในร้าน	38	103	39	20	1.80	4	ปานกลาง
มีชั้นวางจัดหมวดหมู่สินค้าชัดเจน	57	120	18	5	2.15	1	ปานกลาง
มีที่จอดรถไว้รับรองลูกค้า	62	104	28	6	2.11	2	ปานกลาง
มีห้องรับรองลูกค้าพิเศษ	27	119	36	18	1.78	5	ปานกลาง
มีห้องทดลองสินค้าก่อนซื้อ	37	126	25	12	1.94	3	ปานกลาง
รวม	268	681	175	76	1.95		ปานกลาง

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการมีชั้นวางจัดหมวดหมู่สินค้าชัดเจน เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.26 แสดงผลสรุปปัจจัยทุกด้านที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพล	เฉลี่ยรวม	การแปลผลระดับอิทธิพล
1. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์	2.41	ปานกลาง
2. ปัจจัยทางด้านราคา	2.27	ปานกลาง
3. ปัจจัยทางด้านบุคคล	2.24	ปานกลาง
4. ปัจจัยทางการบริการ	2.14	ปานกลาง
5. ปัจจัยทางด้านสถานที่	2.09	ปานกลาง
6. ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด	2.09	ปานกลาง
7. ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม	1.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุดคือ 2.41 และการแปลผลระดับอิทธิพลคือ ปานกลาง โดยที่มีปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยรองลงมาได้ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 2.27 และการแปลผลระดับอิทธิพลคือ ปานกลาง ส่วนปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีระดับอิทธิพลปานกลาง โดยได้ค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 1.95

4.4 ปัญหาในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

จากผลการศึกษาทางด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเลือกใช้บริการของร้านเครื่องมือช่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.27 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
คุณภาพของสินค้า	70	98	31	1	2.19	1	ปานกลาง
ความทันสมัยของสินค้า	65	104	29	2	2.16	2	ปานกลาง
ความหลากหลายของสินค้า	61	106	29	4	2.12	3	ปานกลาง
ยี่ห้อของสินค้า	45	114	37	4	2.00	4	ปานกลาง
รวม	241	422	126	11	2.12		ปานกลาง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าคุณภาพของสินค้าเป็นปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.28 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านราคาในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม	55	115	28	2	2.12	1	ปานกลาง
คิดป้ายราคาอย่างชัดเจน	49	115	32	4	2.05	2	ปานกลาง
มีใบเสร็จชัดเจนในแต่ละครั้ง	43	114	31	12	1.94	4	ปานกลาง
ความคุ้มค่าของราคาสินค้า	44	112	30	4	2.03	3	ปานกลาง
รวม	191	456	121	22	2.0		ปานกลาง

ปัญหาด้านราคา พบว่า ปัญหาด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาของสินค้าที่มีความเหมาะสมเป็นปัญหาด้านราคาในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.29 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านสถานที่การเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
มีแผนที่เดินทางมาที่ร้านชัดเจน	47	98	34	21	1.86	3	ปานกลาง
อยู่ใจกลางเมือง	55	109	25	11	2.04	1	ปานกลาง
อยู่ใกล้ชุมชน	40	118	30	12	1.93	2	ปานกลาง
มีสาขาหลายแห่ง	30	114	39	17	1.79	4	ปานกลาง
รวม	172	439	128	61	1.90		ปานกลาง

ปัญหาด้านสถานที่ พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการอยู่ใจกลางเมืองเป็นปัญหาด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.30 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์	40	106	38	16	1.85	2	ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถม	47	104	39	10	1.94	1	ปานกลาง
รวม	87	210	77	261	1.89		ปานกลาง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการจัดการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถม เป็นปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.31 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านบริการในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านบริการ	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
บริการจัดส่งสินค้าที่ซื้อ	31	120	42	7	1.88	4	ปานกลาง
บริการพนักงานให้คำแนะนำสินค้า	45	120	30	5	2.03	2	ปานกลาง
บริการการดูแลหลังการขาย	47	110	40	3	2.01	1	ปานกลาง
บริการพนักงานไปติดตั้งสินค้าให้	29	127	34	10	1.88	4	ปานกลาง
ความรวดเร็วในการบริการของพนักงาน	35	125	33	7	1.94	3	ปานกลาง
รวม	187	602	179	32	1.94		ปานกลาง

ปัญหาด้านการบริการ พบว่า ปัญหาด้านการบริการในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการบริการดูแลหลังการขาย เป็นปัญหาด้านการบริการในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.32 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านบุคคล	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
ความรู้ความชำนาญในการให้คำแนะนำ	41	117	39	3	1.98	2	ปานกลาง
ความเป็นมิตรและมนุษยสัมพันธ์	45	121	28	6	2.03	1	ปานกลาง
จำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อลูกค้า	40	109	41	10	1.90	4	ปานกลาง
ความสนใจที่ต่อลูกค้า	39	117	38	6	1.95	3	ปานกลาง
รวม	165	464	136	25	1.95		ปานกลาง

ปัญหาด้านบุคคล พบว่า ปัญหาด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความเป็นมิตรและมนุษยสัมพันธ์ เป็นปัญหาด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.33 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	ระดับปัญหา				เฉลี่ย	อันดับ	การแปลผลระดับปัญหา
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่มี (0)			
มีบริการนำดื่มฟรีในร้าน	36	108	38	18	1.81	3	ปานกลาง
มีเครื่องปรับอากาศภายในร้าน	35	106	41	18	1.79	4	ปานกลาง
มีชั้นวางจัดหมวดหมู่สินค้าชัดเจน	40	116	30	14	1.91	2	ปานกลาง
มีที่จอดรถไว้รองรับลูกค้า	42	117	30	11	1.95	1	ปานกลาง
มีห้องรับรองลูกค้าพิเศษ	27	113	40	20	1.74	5	ปานกลาง
มีห้องทดลองสินค้าก่อนซื้อ	33	112	34	21	1.79	4	ปานกลาง
รวม	213	672	213	102	1.91		ปานกลาง

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการมีที่จอดรถไว้รองรับลูกค้าเป็นปัญหาด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก คือ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.34 แสดงผลสรุปปัญหาทุกด้านในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่าง

สรุปปัญหา	เฉลี่ยรวม	การแปลผลระดับปัญหา
1. ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์	2.12	ปานกลาง
2. ปัญหาทางด้านราคา	2.00	ปานกลาง
3. ปัญหาทางด้านสถานที่	1.90	ปานกลาง
4. ปัญหาทางการส่งเสริมการตลาด	1.89	ปานกลาง
5. ปัญหาทางการบริการ	1.94	ปานกลาง
6. ปัญหาทางด้านบุคคล	1.95	ปานกลาง
7. ปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อม	1.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัญหาที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุด คือ 2.12 และการแปลผลระดับปัญหา คือ ปานกลาง โดยที่มีปัญหาทางด้านราคาเป็นปัญหาที่รองลงมา ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่ 2.00 และการแปลผลระดับปัญหา คือ ปานกลาง ส่วนปัญหาทางการส่งเสริมการตลาดได้ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมน้อยที่สุด คือ 1.89 และการแปลผลระดับปัญหา คือ ปานกลาง