

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกอะไหล่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าแผนกอะไหล่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเพื่อการเก็บข้อมูลจากลูกค้าขายส่งรายปัจจุบัน ได้แก่ ร้านจำหน่ายอะไหล่ขนาดเล็ก ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์ และผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสอง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จำนวน 155 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกอะไหล่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้าของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ โดยจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. จำแนกตามประเภทธุรกิจ
2. จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่
3. จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ ในการให้บริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	139	89.68
หญิง	16	10.32
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 89.68 และเพศหญิง ร้อยละ 10.32

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	33	21.29
30 - 40 ปี	52	33.55
41 - 50 ปี	55	35.48
50 ปี ขึ้นไป	15	9.68
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41 - 50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 35.48 รองลงมา คือ อายุ 30 - 40 ปี ร้อยละ 33.55 อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 21.29 และอายุ 50 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 9.68

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา (ป.1 - ป.6)	22	14.19
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 - ม.3)	47	30.32
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ปวช. หรือเทียบเท่า)	40	25.81
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส. หรือเทียบเท่า)	31	20.00
ปริญญาตรี	14	9.03
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.65
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 - ม.3) ร้อยละ 30.32 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ปวช. หรือเทียบเท่า) ร้อยละ 25.81 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส. หรือเทียบเท่า) ร้อยละ 20.00 ระดับประถมศึกษา (ป.1 - ป.6) ร้อยละ 14.19 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 9.03 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอำเภอที่ตั้งอยู่ของ
กิจการ

อำเภอที่ตั้งอยู่ของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ฮอด	2	1.29
หางดง	7	4.52
สารภี	14	9.03
สันป่าตอง	2	1.29
สันทราย	16	10.32
สันกำแพง	8	5.16
สะเมิง	4	2.58
แม่วาง	1	0.65
แม่ออน	1	0.65
แม่ริม	6	3.87
แม่แตง	6	3.87
เมือง	45	29.03
พร้าว	17	10.97
ฝาง	5	3.23
คอยสะเก็ด	10	6.45
คอยเต่า	1	0.65
ไชยปราการ	1	0.65
เชียงดาว	6	3.87
จอมทอง	2	1.29
แม่แจ่ม	1	0.65
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีกิจการตั้งอยู่อำเภอเมืองมากที่สุด ร้อยละ 29.03 รองลงมา คือ อำเภอพร้าว ร้อยละ 10.97 สันทราย ร้อยละ 10.32 สารภี ร้อยละ 9.03 คอยสะเก็ด ร้อยละ 6.45 สันกำแพง ร้อยละ 5.16 หางดง ร้อยละ 4.52 แม่ริม แม่แตง เชียงดาว ร้อยละ

3.87 เท่ากัน ผ่าง ร้อยละ 3.23 สะเมิง ร้อยละ 2.58 สอด สันป่าตอง จอมทอง ร้อยละ 1.29 เท่ากัน และแม่วาง แม่ออน ดอยเต่า ไชยปราการ แม่แจ่ม ร้อยละ 0.65 เท่ากัน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านซ่อมรถจักรยานยนต์	102	65.81
ร้านจำหน่ายอะไหล่และบริการซ่อมรถจักรยานยนต์	32	20.65
อื่นๆ	21	13.54
รวม	155	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง ร้านจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ จำนวน 7 ราย ร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์ และบริการซ่อมรถจักรยานยนต์ จำนวน 8 ราย ร้านจำหน่ายรถจักรยานยนต์มือสอง จำนวน 3 ราย และร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งรถจักรยานยนต์ จำนวน 3 ราย

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีธุรกิจร้านซ่อมรถจักรยานยนต์มากที่สุด ร้อยละ 65.81 รองลงมา คือ ร้านจำหน่ายอะไหล่และบริการซ่อมรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 20.65 และอื่นๆ ร้อยละ 13.54

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

รูปแบบของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา/เจ้าของคนเดียว	144	92.90
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	7	4.52
บริษัทจำกัด	2	1.29
อื่นๆ	2	1.29
รวม	155	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง ไม่ระบุ จำนวน 2 ราย

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะกิจการประเภทบุคคลธรรมดา/เจ้าของคนเดียวมากที่สุด ร้อยละ 92.90 รองลงมา คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 4.52 บริษัทจำกัด และอื่นๆ ร้อยละ 1.29 เท่ากัน

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ

ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	34	21.93
5 – 10 ปี	60	38.71
11 – 15 ปี	29	18.71
มากกว่า 15 ปี	32	20.65
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ 5 – 10 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.71 รองลงมา คือ น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 21.93 มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 20.65 และ 11 – 15 ปี ร้อยละ 18.71

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของกิจการ ต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	109	70.32
100,000 – 200,000 บาท	20	12.90
200,001 – 300,000 บาท	13	8.38
300,001 – 400,000 บาท	7	4.52
400,001 – 500,000 บาท	1	0.65
มากกว่า 500,000 บาท	5	3.23
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ไม่เกิน 100,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 70.32 รองลงมา คือ รายได้ 100,001 – 200,000 บาท ร้อยละ 12.90 รายได้ 200,001 – 300,000 บาท ร้อยละ 8.38 รายได้ 300,001 – 400,000 บาท ร้อยละ 4.52 รายได้ มากกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 3.23 และรายได้ 400,001 – 500,000 บาท ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนทุน/เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

จำนวนทุน/เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	110	70.96
100,000 – 200,000 บาท	24	15.48
200,001 – 300,000 บาท	7	4.52
300,001 – 400,000 บาท	3	1.94
400,001 – 500,000 บาท	1	0.65
มากกว่า 500,000 บาท	10	6.45
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 70.96 รองลงมา คือ ทุนจดทะเบียน 100,000 – 200,000 บาท ร้อยละ 15.48 ทุนจดทะเบียน มากกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 6.45 ทุนจดทะเบียน 200,001 – 300,000 บาท ร้อยละ 4.52 ทุนจดทะเบียน 300,001 – 400,000 บาท ร้อยละ 1.94 และทุนจดทะเบียน 400,001 – 500,000 บาท ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	136	87.74
ผู้จัดการทั่วไป	4	2.58
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	6	3.87
พนักงานขายอะไหล่	4	2.58
พนักงานซ่อม	2	1.29
อื่นๆ	3	1.94
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเจ้าของกิจการ มากที่สุด ร้อยละ 87.74 รองลงมา คือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 3.87 ผู้จัดการทั่วไป และพนักงานขายอะไหล่ ร้อยละ 2.58 เท่ากัน อื่นๆ ร้อยละ 1.94 และพนักงานซ่อม ร้อยละ 1.29

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	5	3.23
2 – 5 ปี	29	18.71
5 – 10 ปี	60	38.71
มากกว่า 10 ปี	61	39.35
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี มากที่สุด ร้อยละ 39.35 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ 5 – 10 ปี ร้อยละ 38.71 ประสบการณ์ 2 – 5 ปี ร้อยละ 18.71 และประสบการณ์น้อยกว่า 2 ปี ร้อยละ 3.23

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่ทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้าอะไหล่รถจักรยานยนต์ในกิจการ

ผู้ที่ทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้าอะไหล่รถจักรยานยนต์ในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	141	90.97
ผู้จัดการทั่วไป	6	3.87
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	13	8.39
พนักงานขายอะไหล่	4	2.58
พนักงานซ่อม	12	7.74

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้าอะไหล่รถจักรยานยนต์ในกิจการคือเจ้าของกิจการ มากที่สุด ร้อยละ 90.97 รองลงมา คือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 8.39 พนักงานซ่อม ร้อยละ 7.74 ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 3.87 และพนักงานขายอะไหล่ ร้อยละ 2.58

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้ออะไหล่เฉลี่ยต่อเดือน

ยอดซื้ออะไหล่เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25,000 บาท	73	47.10
25,000 – 50,000 บาท	51	32.90
50,001 – 75,000 บาท	15	9.68
75,001 – 100,000 บาท	8	5.16
มากกว่า 100,000 บาท	8	5.16
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมียอดซื้ออะไหล่เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 47.10 รองลงมา คือ ยอดซื้อ 25,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 32.90 ยอดซื้อ 50,001 – 75,000 บาท ร้อยละ 9.68 ยอดซื้อ 75,001 – 100,000 บาท และยอดซื้อ มากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 5.16 เท่ากัน

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่ทำงานซื้ออะไหล่

จำนวนสถานที่ที่ทำงานซื้ออะไหล่	จำนวน	ร้อยละ
แห่งเดียว	38	24.52
2 - 3 แห่ง	66	42.58
4 – 5 แห่ง	30	19.35
มากกว่า 5 แห่ง	21	13.55
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออะไหล่จากสถานที่ 2 - 3 แห่ง มากที่สุด ร้อยละ 42.58 รองลงมา คือ สถานที่แห่งเดียว ร้อยละ 24.52 สถานที่ 4 - 5 แห่ง ร้อยละ 19.35 และสถานที่มากกว่า 5 แห่ง ร้อยละ 13.55

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ ต่อยอดการซื้ออะไหล่รวมของกิจการคิดเป็นร้อยละ

สัดส่วนการซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ ต่อยอดการซื้ออะไหล่รวมของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าร้อยละ 30	9	5.82
ร้อยละ 40	14	9.03
ร้อยละ 50	18	11.61
ร้อยละ 60	14	9.03
ร้อยละ 70	30	19.35
ร้อยละ 80	40	25.81
ร้อยละ 90	22	14.19
ร้อยละ 100	8	5.16
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนการซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ ต่อยอดการซื้ออะไหล่รวมของกิจการ ร้อยละ 80 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.81 รองลงมา คือ มีสัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 70 คิดเป็นร้อยละ 19.35 สัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 90 คิดเป็นร้อยละ 14.19 สัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 50 คิดเป็นร้อยละ 11.61 สัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 40 และ สัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 60 คิดเป็นร้อยละ 9.03 เท่ากัน สัดส่วนการซื้อ ต่ำกว่าร้อยละ 30 คิดเป็นร้อยละ 5.82 และสัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 100 คิดเป็นร้อยละ 5.16

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอะไหล่ประเภทที่ซื้อ

อะไหล่ประเภทที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่แท้	21	13.55
อะไหล่เทียม	13	8.38
อะไหล่แท้และอะไหล่เทียม	135	87.10
อื่นๆ	1	0.65

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ อะไหล่มือสอง 1 ราย

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออะไหล่ประเภทอะไหล่แท้และอะไหล่เทียม มากที่สุด ร้อยละ 87.10 รองลงมา คือ อะไหล่แท้ ร้อยละ 13.55 อะไหล่เทียม ร้อยละ 8.38 และอื่นๆ ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ซื้ออะไหล่

ความถี่ที่ซื้ออะไหล่	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	7	4.52
ทุกวัน	36	23.23
มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	71	45.81
สัปดาห์ละครั้ง	22	14.18
มากกว่าเดือนละครั้ง	14	9.03
อื่นๆ	5	3.23
รวม	155	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เดือนละครั้ง 5 ราย

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ที่ซื้ออะไหล่มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 45.81 รองลงมา คือ ซื้อทุกวัน ร้อยละ 23.23 สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 14.18 มากกว่าเดือนละครั้ง ร้อยละ 9.03 มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 4.52 และอื่น ๆ ร้อยละ 3.23

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ได้รับข้อมูลสถานที่

แหล่งที่ได้รับข้อมูลสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของร้าน	105	67.74
แหล่งขายในอดีต	50	32.26
คำแนะนำจากผู้อื่น	61	39.35
ใบปลิว นิตยสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	8	5.16
สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ	9	5.81
อื่นๆ	1	0.65

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1

อื่นๆ ได้แก่ ป้ายหน้าร้าน 1 ราย

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งที่ได้รับข้อมูลสถานที่จาก ชื่อเสียงของร้านมากที่สุด ร้อยละ 67.74 รองลงมา คือ คำแนะนำจากผู้อื่น ร้อยละ 39.35 แหล่งขายในอดีต ร้อยละ 32.26 สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ ร้อยละ 5.81 ใบปลิว นิตยสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ร้อยละ 5.16 และอื่นๆ ร้อยละ 0.65

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจเมื่อซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ระดับความพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	58	37.42
มาก	79	50.97
ปานกลาง	17	10.96
น้อย	1	0.65
น้อยที่สุด	0	0.00
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพอใจเมื่อซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ในระดับมาก ร้อยละ 50.97 รองลงมา คือ มากที่สุด ร้อยละ 37.42 ปานกลาง ร้อยละ 10.96 และน้อย ร้อยละ 0.65

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย	67 43.23	83 53.55	5 3.23	0 0.00	0 0.00	4.40 มาก	3
ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป	75 48.39	72 46.45	8 5.16	0 0.00	0 0.00	4.43 มาก	2
ความครบครันของอะไหล่หมุน เวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้คสเตอร์ เป็นต้น	81 52.26	66 42.58	8 5.16	0 0.00	0 0.00	4.47 มาก	1
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการของลูกค้า	67 43.23	72 46.45	15 9.68	1 0.65	0 0.00	4.32 มาก	4
ความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย	65 41.94	75 48.39	14 9.03	1 0.65	0 0.00	4.32 มาก	4
การบรรจุสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งถุง กล่อง และการแพ็คเกจอะไหล่	41 26.45	92 59.35	22 14.19	0 0.00	0 0.00	4.12 มาก	7
สภาพของสินค้าเมื่อส่งถึงมือลูกค้า	34 21.94	99 63.87	21 13.55	1 0.65	0 0.00	4.25 มาก	6

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปดผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความพร้อมของอะไหล่ที่ จำหน่ายแก่ลูกค้า	43 27.74	80 51.61	29 18.71	2 1.29	1 0.65	4.05 มาก	9
การประกันคุณภาพของสินค้า	50 32.26	76 49.03	24 15.48	5 3.23	0 0.00	4.10 มาก	8
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์						4.27 มาก	

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการของลูกค้า และความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความพอใจเมื่อท่านซื้ออะไหล่จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ และสภาพของสินค้าเมื่อส่งถึงมือลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) การบรรจุสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งถุงกล่อง และการแพ็คเกจอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การประกันคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความพร้อมของอะไหล่ที่จำหน่ายแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความเหมาะสมในการกำหนด ราคาอะไหล่	32 20.65	92 59.35	31 20.00	0 0.00	0 0.00	4.01 มาก	2
ความเหมาะสมในการ กำหนดราคาอะไหล่ เมื่อ เปรียบเทียบกับร้านขาย อะไหล่อื่นๆ ในจังหวัด เชียงใหม่	53 34.19	76 49.03	26 16.77	0 0.00	0 0.00	4.17 มาก	1
ความเหมาะสมในการปรับ ราคาให้เข้ากับสถานการณ์ ปัจจุบัน	38 24.52	82 52.90	34 21.94	1 0.65	0 0.00	4.01 มาก	2
การต่อรองราคาของลูกค้าใน กรณีที่มีการซื้อสินค้าใน ปริมาณมาก	15 9.68	61 39.35	69 44.52	8 5.16	2 1.29	3.51 มาก	4
ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ แก่ลูกค้า	10 6.45	67 43.23	69 44.52	6 3.87	3 1.94	3.48 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา						3.82 มาก	

จากตารางที่ 4.21 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
เรียงลำดับ คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ
ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ และความเหมาะสม
ในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) และการต่อรองราคาของ

ลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือระยะเวลาในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความสะดวกในการเดินทาง ระหว่างร้านของท่านกับ ห้าง หุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์	39 25.16	82 52.90	30 19.35	3 1.94	1 0.65	4.00 มาก	1
ความเหมาะสมในการจัด โชว์อะไหล่หน้าร้าน	23 14.84	80 51.61	45 29.03	5 3.23	2 1.29	3.75 มาก	3
ความสะดวกในการสั่งซื้อ จากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์ อื่นๆ	41 26.45	81 52.26	23 14.84	8 5.16	2 1.29	3.97 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						3.91 มาก	

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ลด แลก แจก แคม	5 3.23	47 30.32	66 42.58	26 16.77	11 7.10	3.06 ปานกลาง	2
การโทรศัพท์ไปแนะนำ สินค้าของพนักงาน	6 3.87	63 40.65	34 21.94	34 21.94	18 11.61	3.03 ปานกลาง	3
การสมนาคุณแก่ลูกค้าใน เทศกาลต่างๆ	16 10.32	77 49.68	40 25.81	14 9.03	8 5.16	3.51 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด						3.20 ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
พึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัย
ย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด
แลก แจก แคม (ค่าเฉลี่ย 3.06) และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปดผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การให้คำแนะนำในเรื่อง อะไหล่ของพนักงาน	31 20.00	73 47.10	32 20.65	14 9.03	5 3.23	3.72 มาก	10
ความรู้ ประสบการณ์และ ความชำนาญการ ด้านอะไหล่ ของพนักงาน	40 25.81	84 54.19	26 16.77	5 3.23	0 0.00	4.03 มาก	2
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขายอะไหล่	48 30.97	73 47.10	23 14.84	9 5.81	2 1.29	4.01 มาก	3
ความสุภาพในการใช้คำพูด ของพนักงานต่อลูกค้า	40 25.81	76 49.03	27 17.42	9 5.81	3 1.94	3.91 มาก	5
การแสดงกิริยาของพนักงาน ต่อลูกค้า	27 17.42	83 53.55	30 19.35	9 5.81	6 3.87	3.75 มาก	9
ความเหมาะสมในการแต่งกาย ของพนักงาน	38 24.52	103 66.45	12 7.74	1 0.65	1 0.65	4.14 มาก	1
ความกระตือรือร้นของ พนักงานที่มีต่อลูกค้า	27 17.42	90 58.06	29 18.71	6 3.87	3 1.94	3.85 มาก	6
การติดตามสินค้าให้กับลูกค้า	22 14.19	92 59.35	31 20.00	8 5.16	2 1.29	3.80 มาก	8
ความถูกต้องในการจัดอะไหล่ ของพนักงาน	23 14.84	91 58.71	33 21.29	8 5.16	0 0.00	3.83 มาก	7
ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการแก่ลูกค้า	16 10.32	57 36.77	66 42.58	12 7.74	4 2.58	3.45 ปานกลาง	11
ความถูกต้องในการระบุราคา อะไหล่ให้แก่ลูกค้า	28 18.06	97 62.58	27 17.42	2 1.29	1 0.65	3.96 มาก	4

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ด้านพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปดผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ค่าเฉลี่ยรวมด้านพนักงาน						3.83 มาก	

จากตารางที่ 4.24 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความกระตือรือร้นของพนักงานที่มีต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความถูกต้องในการจัดอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) การติดตามสินค้าให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) การแสดงกิริยาของพนักงานต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) และการให้คำแนะนำในเรื่องอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความพอใจต่อการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า จนถึง ลูกค้ารับสินค้า	18 11.61	96 61.94	32 20.65	7 4.52	2 1.29	3.78 มาก	6
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ของลูกค้า	21 13.55	99 63.87	24 15.48	8 5.16	3 1.94	3.82 มาก	5
การรับคำสั่งซื้อของพนักงาน ขายอะไหล่	24 15.48	94 60.65	31 20.00	5 3.23	1 0.65	3.87 มาก	4
ความรวดเร็วในการดำเนินงาน ของพนักงานขายอะไหล่	17 10.97	89 57.42	35 22.58	10 6.45	4 2.58	3.68 มาก	9
ระยะเวลาในการรอสินค้าของ ลูกค้า	6 3.87	53 34.19	74 47.74	14 9.03	8 5.16	3.23 ปานกลาง	11
ความถูกต้องของอะไหล่ ที่ ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อ สินค้า	15 9.68	97 62.58	33 21.29	9 5.81	1 0.65	3.75 มาก	7
ความปลอดภัยในกระบวนการ ขนส่งสินค้า รวมทั้งการ ติดตามสินค้าในขณะที่ขนส่ง ให้กับลูกค้า	20 12.90	99 63.87	33 21.29	3 1.94	0 0.00	3.88 มาก	3
ความสะดวกในการชำระเงิน ของลูกค้า	40 25.81	92 59.35	21 13.55	1 0.65	1 0.65	4.09 มาก	2
ความสะดวกในการเคลมและ เปลี่ยนอะไหล่	47 30.32	81 52.26	23 14.84	4 2.58	0 0.00	4.10 มาก	1

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การให้บริการหลังการขายของ พนักงาน เช่น การยกของขึ้น รถให้ลูกค้า การแพ็กสินค้า การกล่าวขอบคุณลูกค้า เป็น ต้น	19 12.26	84 54.19	44 28.39	5 3.23	3 1.94	3.72 มาก	8
ความรวดเร็วในการแจ้ง ข่าวสารด้านราคาให้กับลูกค้า	12 7.74	69 44.52	49 31.61	17 10.97	8 5.16	3.39 ปานกลาง	10
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกระบวนการให้บริการ						3.76 มาก	

จากตารางที่ 4.25 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความสะดวกในการสั่งสินค้าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความพอใจต่อการให้บริการตั้งแต่ลูกค้าสั่งสินค้า จนถึงลูกค้ารับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความถูกต้องของอะไหล่ที่ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้บริการหลังการขายของพนักงาน เช่น การยกของขึ้นรถให้ลูกค้า การแพ็กสินค้า การกล่าวขอบคุณลูกค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความเร็วในการดำเนินงานของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความรวดเร็วในการแจ้งข่าวสารด้านราคาให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) และระยะเวลาในการรอสินค้าของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและ สะอาด	69 44.52	58 37.42	24 15.48	3 1.94	1 0.65	4.23 มาก	1
ความสะดวกในการจอดรถ ของลูกค้า	13 8.39	53 34.19	71 45.81	13 8.39	5 3.23	3.36 ปานกลาง	8
ความเหมาะสมของพื้นที่ พักผ่อนของลูกค้า ในขณะที่ สินค้า	13 8.39	78 50.32	53 34.19	7 4.52	4 2.58	3.57 มาก	7
ความสวยงามในการตกแต่ง บริเวณของร้าน	21 13.55	93 60.00	35 22.58	6 3.87	0 0.00	3.83 มาก	5
ความสะอาดของพื้นที่ภายใน ร้าน	31 20.00	102 65.81	20 12.90	2 1.29	0 0.00	4.05 มาก	2
ความเหมาะสมของแสงสว่าง ภายในร้าน	34 21.94	94 60.65	25 16.13	2 1.29	0 0.00	4.03 มาก	3
การถ่ายเทอากาศภายในร้าน	31 20.00	93 60.00	30 19.35	1 0.65	0 0.00	3.99 มาก	4
ความเป็นระเบียบของพื้นที่ จัดเก็บสินค้า	25 16.13	89 57.42	34 21.94	4 2.58	3 1.94	3.83 มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						3.86 มาก	

จากตารางที่ 4.26 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
พึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความสะอาดของ

พื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) การถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสวยงามในการตกแต่งบริเวณของร้าน และความเป็นระเบียบของพื้นที่จัดเก็บสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความเหมาะสมของพื้นที่พักผ่อนของลูกค้า ในขณะที่รอสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกในการจอดรถของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	รวม		
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.27	มาก	1
ด้านราคา	3.82	มาก	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	ปานกลาง	7
ด้านพนักงาน	3.83	มาก	4
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.76	มาก	6
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.86	มาก	3

จากตารางที่ 4.27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ด้านพนักงาน ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ด้านราคา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และอยู่ในระดับปานกลาง คือด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้าของ ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ ในด้านประเภทธุรกิจ จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ และระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ ที่นำมาจำหน่าย	4.44 มาก	4.41 มาก	4.19 มาก
ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุก ยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ ทั่วไป	4.48 มาก	4.34 มาก	4.33 มาก
ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สตอร์ เป็นต้น	4.50 มากที่สุด	4.44 มาก	4.38 มาก
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	4.40 มาก	4.28 มาก	4.00
ความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย	4.39 มาก	4.28 มาก	4.00 มาก
การบรรจุสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งถุง กล่อง และการแพ็คเกจอะไหล่	4.17 มาก	4.16 มาก	3.86 มาก
สภาพของสินค้าเมื่อส่งถึงมือลูกค้า	4.11 มาก	4.13 มาก	3.81 มาก
ความพร้อมของอะไหล่ที่จำหน่ายแก่ ลูกค้า	4.10 มาก	3.97 มาก	3.90 มาก

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การประกันคุณภาพของสินค้า	4.11 มาก	4.22 มาก	3.90 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.36 มาก	4.28 มาก	4.04 มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.36) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.28) และธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ค สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50) อยู่ในระดับมากที่สุด และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.48) และความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ค สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.34) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ค สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.33) และความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านราคา	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่	4.07 มาก	4.00 มาก	3.71 มาก
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	4.26 มาก	4.06 มาก	3.90 มาก
ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน	4.07 มาก	4.06 มาก	3.67 มาก
การต่อรองราคาของลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก	3.52 มาก	3.62 มาก	3.29 ปานกลาง
ระยะเวลาในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า	3.50 มาก	3.59 มาก	3.24 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.88 มาก	3.87 มาก	3.56 มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.88) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ และความเหมาะสมใน

การปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และการต่อรองราคาของลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการต่อรองราคาของลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์	4.15 มาก	3.69 มาก	3.76 มาก
ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน	3.81 มาก	3.72 มาก	3.52 มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ	4.08 มาก	3.72 มาก	3.86 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95 มาก	3.73 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.95) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.73) ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน และความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ ะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.52) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม	3.14 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.43 น้อย
การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน	3.24 ปานกลาง	2.72 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง
การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ	3.60 มาก	3.75 มาก	2.71 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้าน การส่งเสริมการจัดจำหน่าย	3.58 มาก	3.57 มาก	2.56 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.31 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ธุรกิจจำหน่ายรถ ะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60) การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของ

พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.14) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.75) อยู่ในระดับมาก และการจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.22) การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.72) อยู่ในระดับปานกลาง

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.71) การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.52) อยู่ในระดับปานกลาง และการจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.43) อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านพนักงาน	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การให้คำแนะนำในเรื่องอะไหล่ของพนักงาน	3.77 มาก	3.81 มาก	3.29 ปานกลาง
ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน	4.13 มาก	3.81 มาก	3.86 มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่	4.10 มาก	3.91 มาก	3.71 มาก
ความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า	3.98 มาก	3.91 มาก	3.57 มาก
การแสดงกิริยาของพนักงานต่อลูกค้า	3.75 มาก	3.84 มาก	3.57 มาก
ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	4.12 มาก	4.28 มาก	4.00 มาก
ความกระตือรือร้นของพนักงานที่มีต่อลูกค้า	3.90 มาก	3.84 มาก	3.62 มาก
การติดตามสินค้าให้กับลูกค้า	3.84 มาก	3.84 มาก	3.52 มาก
ความถูกต้องในการจัดอะไหล่ของพนักงาน	3.95 มาก	3.72 มาก	3.43 ปานกลาง
ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.49 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
ความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า	4.06 มาก	4.03 มาก	3.38 ปานกลาง

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ด้านพนักงาน	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ค่าเฉลี่ย แปดผล
ค่าเฉลี่ยรวมด้านพนักงาน	3.90 มาก	3.83 มาก	3.57 มาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.90) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.83) และธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ และความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.71) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความพอใจต่อการให้บริการตั้งแต่ลูกค้าส่ง สินค้า จนถึงลูกค้ารับสินค้า	3.86 มาก	3.72 มาก	3.48 ปานกลาง
ความสะดวกในการส่งสินค้าของลูกค้า	3.82 มาก	3.78 มาก	3.86 มาก
การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่	3.95 มาก	3.75 มาก	3.67 มาก
ความรวดเร็วในการดำเนินงานของพนักงาน ขายอะไหล่	3.76 มาก	3.63 มาก	3.33 ปานกลาง
ระยะเวลาในการรอสินค้าของลูกค้า	3.24 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
ความถูกต้องของอะไหล่ ที่ลูกค้าได้รับ หลังจากสั่งซื้อสินค้า	3.77 มาก	3.78 มาก	3.57 มาก
ความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะที่ขนส่งให้กับ ลูกค้า	3.95 มาก	3.78 มาก	3.67 มาก
ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า	4.20 มาก	3.91 มาก	3.86 มาก
ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่	4.13 มาก	4.03 มาก	4.10 มาก

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ		
	ช่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และช่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่และช่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ค่าเฉลี่ย แปดผล
การให้บริการหลังการขายของพนักงาน เช่น การยกของขึ้นรถให้ลูกค้า การแพ็ค สินค้า การกล่าวขอบคุณลูกค้า เป็นต้น	3.77 มาก	3.72 มาก	3.43 ปานกลาง
ความรวดเร็วในการแจ้งข่าวสารด้าน ราคาให้กับลูกค้า	3.43 ปานกลาง	3.59 มาก	2.86 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกระบวนการให้บริการ	3.87 มาก	3.78 มาก	3.53 มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจช่อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และช่อม (ค่าเฉลี่ย 3.78) และธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่และช่อม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจช่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.95) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และช่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความสะดวกในการส่งสินค้าของลูกค้า ความถูกต้องของอะไหล่ ที่ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อสินค้า และความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และช่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความสะดวกในการส่งสินค้าของลูกค้า และความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) การรับคำสั่งซื้อ

ของพนักงานขายอะไหล่ และความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้า ในขณะที่ขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ		
	ซ่อม N=102	จำหน่ายอะไหล่ และซ่อม N=32	จำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา	4.37 มาก	3.97 มาก	3.95 มาก
ความสะดวกในการจอดรถของลูกค้า	3.47 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
ความเหมาะสมของพื้นที่พักผ่อนของลูกค้า ในขณะที่รอสินค้า	3.71 มาก	3.50 มาก	3.05 ปานกลาง
ความสวยงามในการตกแต่งบริเวณของร้าน	3.90 มาก	3.78 มาก	3.57 มาก
ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน	4.15 มาก	3.88 มาก	3.81 มาก
ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน	4.13 มาก	3.84 มาก	3.86 มาก
การถ่ายเทอากาศภายในร้าน	4.14 มาก	3.69 มาก	3.71 มาก
ความเป็นระเบียบของพื้นที่จัดเก็บสินค้า	3.91 มาก	3.78 มาก	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.97 มาก	3.71 มาก	3.56 มาก

จากตารางที่ 4.34 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ธุรกิจซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.97) ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อย ธุรกิจซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายอะไหล่และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.84) อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจจำหน่ายรถ อะไหล่ และซ่อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.59) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย	4.55 มากที่สุด	4.36 มาก	4.33 มาก	4.33 มาก
ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป	4.63 มากที่สุด	4.38 มาก	4.27 มาก	4.48 มาก
ความครบครันของอะไหล่ หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้สเตอร์ เป็นต้น	4.53 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.37 มาก	4.29 มาก
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.47 มาก	4.30 มาก	4.17 มาก	4.33 มาก
ความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย	4.42 มาก	4.33 มาก	4.20 มาก	4.24 มาก
การบรรจุสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้งถุง ก่อ และการแพ็คเกจอะไหล่	4.21 มาก	4.23 มาก	3.87 มาก	4.00 มาก
สภาพของสินค้าเมื่อส่งถึงมือลูกค้า	4.21 มาก	4.11 มาก	4.03 มาก	3.76 มาก
ความพร้อมของอะไหล่ที่จำหน่ายแก่ลูกค้า	4.03 มาก	4.26 มาก	3.73 มาก	3.86 มาก
การประกันคุณภาพของสินค้า	4.32 มาก	4.14 มาก	3.93 มาก	3.86 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.37 มาก	4.30 มาก	4.10 มาก	4.13 มาก

จากตารางที่ 4.35 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 4.37) สถานที่ที่ กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.30) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.10) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.63) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.55) และความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.53) อยู่ในระดับมากที่สุด

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.36) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.27) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย และ อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33) และความ ครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านราคา	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่	4.11 มาก	4.09 มาก	3.80 มาก	3.86 มาก
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	4.34 มาก	4.24 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน	4.24 มาก	4.08 มาก	3.73 มาก	3.81 มาก
การต่อรองราคาของลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก	3.55 มาก	3.71 มาก	3.20 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
ระยะเวลาในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า	3.61 มาก	3.48 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.57 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.97 มาก	3.92 มาก	3.60 มาก	3.68 มาก

จากตารางที่ 4.36 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ไม่เกิน 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 – 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.11) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัด แสงชัยพาณิชย์	3.97 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก	3.86 มาก
ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน	3.82 มาก	3.77 มาก	3.60 มาก	3.81 มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ	4.13 มาก	4.15 มาก	3.70 มาก	3.52 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97 มาก	3.99 มาก	3.77 มาก	3.73 มาก

จากตารางที่ 4.37 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ไม่เกิน 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.99) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 3 – 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.77) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.82) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.77) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม	3.18 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน	3.29 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.80 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง
การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ	3.63 มาก	3.64 มาก	3.37 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.38 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.37) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.18) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.07) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) อยู่ในระดับมาก และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.18) อยู่ในระดับปานกลาง

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) อยู่ในระดับมาก และการจัดโปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.97) และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.94) อยู่ในระดับปานกลาง

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 – 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37) การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.08) อยู่ในระดับปานกลาง

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.19) การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.14) และการสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.10) อยู่ในระดับปานกลาง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านพนักงาน	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การให้คำแนะนำในเรื่องอะไหล่ของพนักงาน	3.89 มาก	3.70 มาก	3.63 มาก	3.57 มาก
ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน	4.24 มาก	4.11 มาก	3.83 มาก	3.67 มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่	4.18 มาก	4.08 มาก	3.93 มาก	3.57 มาก
ความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า	4.16 มาก	3.91 มาก	3.90 มาก	3.48 ปานกลาง
การแสดงกริยาของพนักงานต่อลูกค้า	3.97 มาก	3.68 มาก	3.77 มาก	3.52 มาก
ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน	4.16 มาก	4.23 มาก	4.10 มาก	3.86 มาก
ความกระตือรือร้นของพนักงานที่มีต่อลูกค้า	4.11 มาก	3.89 มาก	3.60 มาก	3.62 มาก
การติดตามสินค้าให้กับลูกค้า	4.13 มาก	3.80 มาก	3.63 มาก	3.43 ปานกลาง
ความถูกต้องในการจัดอะไหล่ของพนักงาน	4.24 มาก	3.80 มาก	3.70 มาก	3.38 ปานกลาง
ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.68 มาก	3.48 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
ความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า	4.16 มาก	3.91 มาก	3.90 มาก	3.86 มาก

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ด้านพนักงาน	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าเฉลี่ยรวมด้านพนักงาน	4.08 มาก	3.87 มาก	3.75 มาก	3.55 มาก

จากตารางที่ 4.39 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ที่ กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของ พนักงาน และความถูกต้องในการจัดอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า และ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน และความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และความมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความมีมนุษย สัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อ ลูกค้า และความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความรู้

ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และความกระตือรือร้นของพนักงานที่มีต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความพอใจต่อการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า จนถึงลูกค้ารับสินค้า	3.95 มาก	3.79 มาก	3.73 มาก	3.52 มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า	3.97 มาก	3.86 มาก	3.67 มาก	3.62 มาก
การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่	4.18 มาก	3.88 มาก	3.70 มาก	3.52 มาก
ความรวดเร็วในการดำเนินงานของพนักงานขายอะไหล่	4.00 มาก	3.67 มาก	3.33 ปานกลาง	3.62 มาก
ระยะเวลาในการรอสินค้าของลูกค้า	3.47 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
ความถูกต้องของอะไหล่ที่ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อสินค้า	4.11 มาก	3.64 มาก	3.70 มาก	3.52 มาก
ความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้า ในขณะที่ขนส่งให้กับลูกค้า	4.08 มาก	3.88 มาก	3.83 มาก	3.57 มาก

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกในการชำระ เงินของลูกค้า	4.26 มาก	4.09 มาก	4.03 มาก	3.86 มาก
ความสะดวกในการเคลม และเปลี่ยนอะไหล่	4.26 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก
การให้บริการหลังการขาย ของพนักงาน เช่น การยก ของขึ้นรถให้ลูกค้า การแพ็คสินค้า การกล่าว ขอบคุณลูกค้า เป็นต้น	3.95 มาก	3.74 มาก	3.50 มาก	3.52 มาก
ความรวดเร็วในการแจ้ง ข่าวสารด้านราคาให้กับ ลูกค้า	3.53 มาก	3.42 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านกระบวนการ ให้บริการ	3.98 มาก	3.76 มาก	3.60 มาก	3.56 มาก

จากตารางที่ 4.40 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.98) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.76) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.60) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า และความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และความถูกต้องของอะไหล่ ที่ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ และความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะที่ขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 - 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะที่ขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะดวกในการส่งสินค้าของลูกค้า และความรวดเร็วในการดำเนินงานของพนักงานขายอะไหล่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามจำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	จำนวนสถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่			
	แห่งเดียว N=38	2-3 แห่ง N=66	4-5 แห่ง N=30	มากกว่า 5 แห่ง N=21
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและ สะอาด	4.26 มาก	4.36 มาก	4.20 มาก	3.81 มาก
ความสะดวกในการจอดรถ ของลูกค้า	3.26 ปานกลาง	3.50 มาก	3.30 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง
ความเหมาะสมของพื้นที่ พักผ่อนของลูกค้า ในขณะที่ รอสินค้า	3.53 มาก	3.64 มาก	3.63 มาก	3.38 ปานกลาง
ความสวยงามในการตกแต่ง บริเวณของร้าน	3.87 มาก	3.85 มาก	3.83 มาก	3.71 มาก
ความสะอาดของพื้นที่ ภายในร้าน	4.03 มาก	4.21 มาก	3.93 มาก	3.71 มาก
ความเหมาะสมของแสง สว่างภายในร้าน	4.05 มาก	4.17 มาก	3.90 มาก	3.76 มาก
การถ่ายเทอากาศภายในร้าน	4.03 มาก	4.11 มาก	3.90 มาก	3.67 มาก
ความเป็นระเบียบของพื้นที่ จัดเก็บสินค้า	3.95 มาก	3.85 มาก	3.77 มาก	3.67 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	3.87 มาก	3.96 มาก	3.81 มาก	3.61 มาก

จากตารางที่ 4.41 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.87)

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 – 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ปัจจัยย่อย สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่แห่งเดียว ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 2 - 3 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่ 4 – 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90) อยู่ในระดับมาก

สถานที่ที่กิจการซื้ออะไหล่มากกว่า 5 แห่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความสวยงามในการตกแต่งบริเวณของร้าน และความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 - 10 ปี N=60	11 - 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพของ อะไหล่ที่นำมาจำหน่าย	4.38 มาก	4.38 มาก	4.41 มาก	4.44 มาก
ความหลากหลายของสินค้า อะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้ง อะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป	4.41 มาก	4.43 มาก	4.48 มาก	4.41 มาก
ความครบครันของอะไหล่ หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยาง นอก ยางใน โช้ สตอร์ เป็นต้น	4.50 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.31 มาก
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตาม ความต้องการของลูกค้า	4.35 มาก	4.30 มาก	4.48 มาก	4.19 มาก
ความทันสมัยของอะไหล่ที่ จำหน่าย	4.26 มาก	4.38 มาก	4.45 มาก	4.13 มาก
การบรรจุสินค้าให้แก่ลูกค้า ทั้ง ถุง กล่อง และการแพ็คเกจอะไหล่	4.15 มาก	4.12 มาก	4.10 มาก	4.13 มาก
สภาพของสินค้าเมื่อส่งถึงมือ ลูกค้า	4.06 มาก	4.07 มาก	4.14 มาก	4.03 มาก
ความพร้อมของอะไหล่ที่ จำหน่ายแก่ลูกค้า	3.97 มาก	4.05 มาก	4.24 มาก	3.94 มาก
การประกันคุณภาพของสินค้า	4.21 มาก	3.98 มาก	4.34 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.25 มาก	4.25 มาก	4.35 มาก	4.17 มาก

จากตารางที่ 4.42 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.25) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.25) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.35) และระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50) อยู่ในระดับมากที่สุด และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) อยู่ในระดับมากที่สุด และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่ายและความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) อยู่ในระดับมากที่สุด และความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป และอะไหล่ที่นำมาจำหน่ายตรงตามความต้องการ ของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) และความทันสมัยของอะไหล่ที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.45) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ของอะไหล่ที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความหลากหลายของสินค้าอะไหล่ ทุกยี่ห้อ ทุกรุ่น ทั้งอะไหล่แท้ และอะไหล่ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความครบครันของอะไหล่หมุนเวียน เช่น น้ำมันเครื่อง ยางนอก ยางใน โช้ สเตอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.31) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านราคา	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่	4.12 มาก	4.05 มาก	3.93 มาก	3.88 มาก
ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	4.21 มาก	4.18 มาก	4.21 มาก	4.09 มาก
ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน	4.00 มาก	4.10 มาก	4.07 มาก	3.81 มาก
การต่อรองราคาของลูกค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก	3.53 มาก	3.65 มาก	3.52 มาก	3.22 ปานกลาง
ระยะเวลาในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า	3.41 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.72 มาก	3.34 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.85 มาก	3.89 มาก	3.89 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 4.43 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.89) และระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ เมื่อเปรียบเทียบกับร้านขายอะไหล่อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความเหมาะสมในการกำหนดราคาอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และความเหมาะสมในการปรับราคาให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัด แสงชัยพาณิชย์	4.00 มาก	3.95 มาก	4.14 มาก	3.97 มาก
ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน	3.74 มาก	3.68 มาก	3.93 มาก	3.75 มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ	4.00 มาก	3.98 มาก	4.21 มาก	3.72 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91 มาก	3.87 มาก	4.09 มาก	3.81 มาก

จากตารางที่ 4.44 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.91) ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.87) ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.09) และระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินกิจการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ และความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.74) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.68) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.93) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางระหว่างร้านของท่านกับ ห้างหุ้นจำกัดแสงชัยพาณิชย์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความเหมาะสมในการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความสะดวกในการสั่งซื้อจากทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม	2.97 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง
การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน	2.88 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง
การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ	3.56 มาก	3.53 มาก	3.97 มาก	3.00 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.14 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.54 มาก	2.88 ปานกลาง

จากตารางที่ 4.45 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.14) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.24) ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.88) ส่วนระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.54) มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

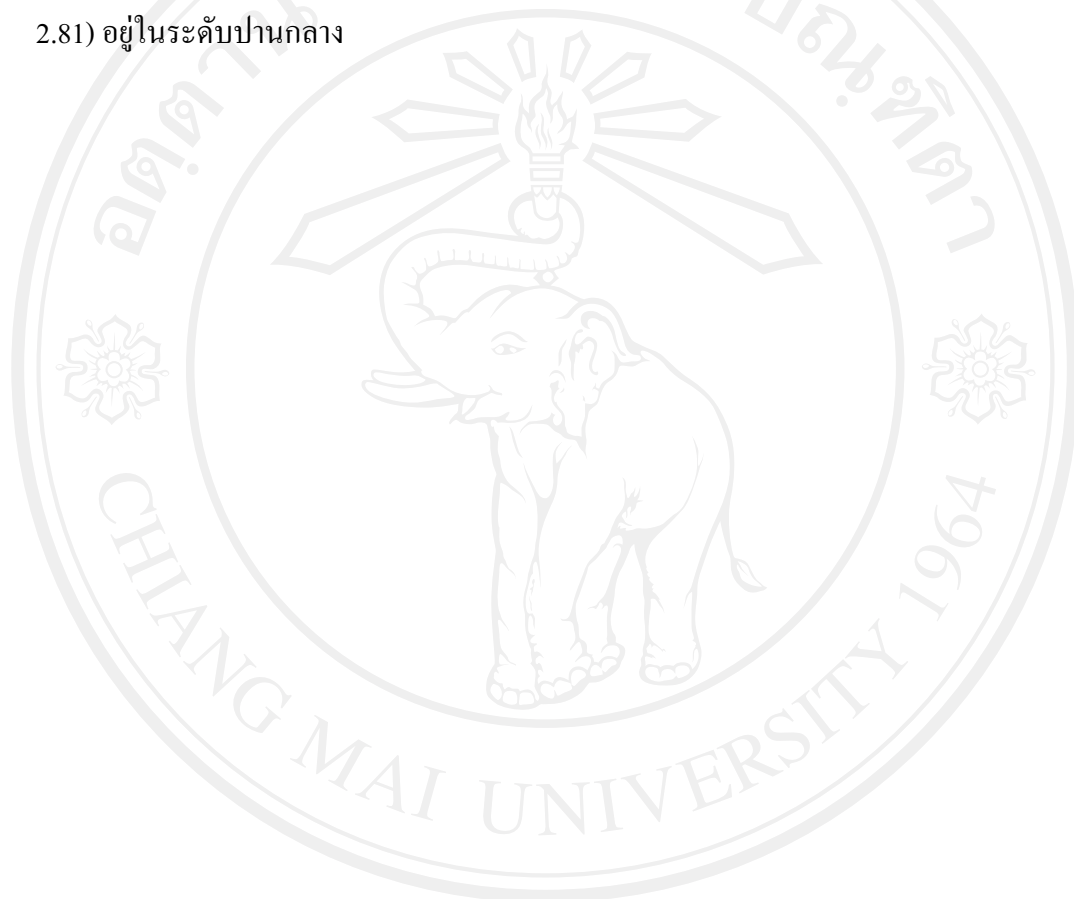
ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) อยู่ในระดับมาก และการจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 2.97) และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.88) อยู่ในระดับปานกลาง

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) อยู่ในระดับมาก และการจัด โปรโมชันอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.17) และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.03) อยู่ในระดับปานกลาง

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97) อยู่ในระดับมาก และ

การโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.21) อยู่ในระดับปานกลาง

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ การสมนาคุณแก่ลูกค้าในเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดโปรโมชั่นอะไหล่ ลด แลก แจก แถม และการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 2.81) อยู่ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านพนักงาน	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การให้คำแนะนำในเรื่อง อะไหล่ของพนักงาน	3.62 มาก	3.78 มาก	4.07 มาก	3.38 ปานกลาง
ความรู้ ประสบการณ์และ ความชำนาญการ ด้าน อะไหล่ของพนักงาน	3.85 มาก	4.12 มาก	4.17 มาก	3.91 มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานขายอะไหล่	4.03 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก	3.84 มาก
ความสุภาพในการใช้คำพูด ของพนักงานต่อลูกค้า	3.88 มาก	3.90 มาก	4.10 มาก	3.78 มาก
การแสดงกิริยาของพนักงาน ต่อลูกค้า	3.50 มาก	3.78 มาก	3.97 มาก	3.75 มาก
ความเหมาะสมในการแต่ง กายของพนักงาน	4.09 มาก	4.25 มาก	4.00 มาก	4.09 มาก
ความกระตือรือร้นของ พนักงานที่มีต่อลูกค้า	3.79 มาก	3.92 มาก	4.07 มาก	3.59 มาก
การติดตามสินค้าให้กับ ลูกค้า	3.79 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.44 ปานกลาง
ความถูกต้องในการจัด อะไหล่ของพนักงาน	3.85 มาก	3.80 มาก	4.07 มาก	3.66 มาก
ความเพียงพอของพนักงาน ในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.35 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.69 มาก	3.41 ปานกลาง

ตารางที่ 4.46 (ต่อ)

ด้านพนักงาน	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความถูกต้องในการระบุ ราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า	3.94 มาก	3.83 มาก	4.24 มาก	3.97 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านพนักงาน	3.79 มาก	3.88 มาก	4.05 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 4.46 พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.79) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.88) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.05) และระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และความสุภาพในการใช้คำพูดของพนักงานต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความเหมาะสมในการแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความ

ถูกต้องในการระบุราคาอะไหล่ให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความรู้ ประสบการณ์และความชำนาญการ ด้านอะไหล่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 - 10 ปี N=60	11 - 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความพอใจต่อการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า จนถึงลูกค้ารับสินค้า	3.76 มาก	3.78 มาก	4.00 มาก	3.59 มาก
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า	3.68 มาก	3.90 มาก	3.97 มาก	3.69 มาก
การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่	3.88 มาก	3.93 มาก	4.07 มาก	3.56 มาก
ความรวดเร็วในการดำเนินงานของพนักงานขายอะไหล่	3.62 มาก	3.73 มาก	4.00 มาก	3.34 ปานกลาง
ระยะเวลาในการรอสินค้าของลูกค้า	3.21 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
ความถูกต้องของอะไหล่ที่ลูกค้าได้รับหลังจากสั่งซื้อสินค้า	3.68 มาก	3.82 มาก	3.83 มาก	3.63 มาก
ความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้า ในขณะที่ขนส่งให้กับลูกค้า	3.85 มาก	3.80 มาก	3.97 มาก	3.97 มาก

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกในการชำระเงิน ของลูกค้า	4.03 มาก	4.12 มาก	4.21 มาก	4.00 มาก
ความสะดวกในการเคลม และเปลี่ยนอะไหล่	3.88 มาก	4.22 มาก	4.21 มาก	4.03 มาก
การให้บริการหลังการขาย ของพนักงาน เช่น การยก ของขึ้นรถให้ลูกค้า การแพ็ค สินค้า การกล่าวขอบคุณ ลูกค้า เป็นต้น	3.91 มาก	3.62 มาก	3.93 มาก	3.50 มาก
ความรวดเร็วในการแจ้ง ข่าวสารด้านราคาให้กับ ลูกค้า	3.26 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.79 มาก	2.97 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้าน กระบวนการให้บริการ	3.71 มาก	3.78 มาก	3.95 มาก	3.58 มาก

จากตารางที่ 4.47 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.78) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.95) และระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) การให้บริการหลังการขายของพนักงาน เช่น การยกของขึ้นรถให้ลูกค้า การแพ็คสินค้า การกล่าวขอบคุณลูกค้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.91) การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ และความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความสะดวกในการชำระเงินของ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า และความสะดวกในการเคลมและ เปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) การรับคำสั่งซื้อของพนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความพอใจ ต่อการให้บริการตั้งแต่ลูกค้าสั่งสินค้า จนถึงลูกค้ารับสินค้า ความรวดเร็วในการดำเนินงานของ พนักงานขายอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเคลมและเปลี่ยนอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความ สะดวกในการชำระเงินของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความปลอดภัยในกระบวนการขนส่งสินค้า รวมทั้งการติดตามสินค้าในขณะขนส่งให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระยะเวลาเปิดดำเนินการ			
	น้อยกว่า 5 ปี N=34	5 – 10 ปี N=60	11 – 15 ปี N=29	มากกว่า 15 ปี N=32
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและ สะอาด	4.24 มาก	4.28 มาก	4.41 มาก	3.97 มาก
ความสะดวกในการจอดรถ ของลูกค้า	3.38 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
ความเหมาะสมของพื้นที่ พักผ่อนของลูกค้า ในขณะที่ รอสินค้า	3.65 มาก	3.48 ปานกลาง	3.90 มาก	3.38 ปานกลาง
ความสวยงามในการตกแต่ง บริเวณของร้าน	3.74 มาก	3.85 มาก	3.93 มาก	3.81 มาก
ความสะอาดของพื้นที่ ภายในร้าน	4.03 มาก	4.10 มาก	4.07 มาก	3.94
ความเหมาะสมของแสง สว่างภายในร้าน	4.12 มาก	3.97 มาก	4.14 มาก	3.97 มาก
การถ่ายเทอากาศภายในร้าน	4.03 มาก	3.98 มาก	4.07 มาก	3.88 มาก
ความเป็นระเบียบของพื้นที่ จัดเก็บสินค้า	3.94 มาก	3.77 มาก	4.03 มาก	3.66 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ	3.89 มาก	3.85 มาก	4.00 มาก	3.73 มาก

จากตารางที่ 4.48 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.85) ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยย่อย ระยะเวลาเปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 5 – 10 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.98) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11 - 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความเหมาะสมของแสงสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) อยู่ในระดับมาก

ระยะเวลาเปิดดำเนินการมากกว่า 15 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายหน้าร้านเห็นชัดเจนและสะอาดตา และการถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะอาดของพื้นที่ภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) การถ่ายเทอากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.88) อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าพบ ในการให้บริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด แสงชัยพาณิชย์

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
พบ	62	40.00
ไม่พบ	93	60.00
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 4.49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ ร้อยละ 60.00 และพบปัญหาจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ร้อยละ 40.00

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของอะไหล่ที่นำมาจำหน่ายไม่ดี	3	4.84
ขาดความครบถ้วนของอะไหล่	20	32.26
ขาดความครบถ้วนของอะไหล่หมุนเวียน	13	20.97
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	6	9.68
อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายล้าสมัย	0	0.00
ขาดการบรรจุสินค้าที่สะดวกและปลอดภัยต่อลูกค้า	2	3.23
สินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้ามีการชำรุดเสียหาย	7	11.29
ขาดความพร้อมของอะไหล่ในการขาย	8	12.90
ไม่มีการประกันคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน	6	9.68

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย

ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.50 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาการขาดความครบถ้วนของอะไหล่ มากที่สุด ร้อยละ 32.26 รองลงมา คือ ขาดความครบถ้วนของอะไหล่หมุนเวียน ร้อยละ 20.97 ขาดความพร้อมของอะไหล่ในการขาย ร้อยละ 12.90 สินค้าที่ส่งถึงมือลูกค้ามีการชำรุดเสียหาย ร้อยละ 11.29 อะไหล่ที่นำมาจำหน่ายไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า และไม่มีการประกันคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน ร้อยละ 9.68 คุณภาพของอะไหล่ที่นำมาจำหน่ายไม่ดี ร้อยละ 4.84 และขาดการบรรจุสินค้าที่สะดวกและปลอดภัยต่อลูกค้า ร้อยละ 3.23

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
อะไหล่มีราคาสูงเกินไป	0	0.00
อะไหล่มีราคาสูงกว่าร้านขายอะไหล่ร้านอื่น	2	3.23
การปรับราคาอะไหล่ไม่เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน	12	19.35
เมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก ลูกค้าไม่สามารถต่อรองราคากับผู้จำหน่ายได้	20	32.26
สินค้าที่ลูกค้าได้รับมีระยะสั้นกว่าร้านขายอะไหล่ร้านอื่น	8	12.90

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย
ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.51 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก ลูกค้าไม่สามารถต่อรองราคากับผู้จำหน่ายได้ มากที่สุด ร้อยละ 32.26 รองลงมา คือ การปรับราคาอะไหล่ไม่เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ร้อยละ 19.35 สินค้าที่ลูกค้าได้รับมีระยะสั้นกว่าร้านขายอะไหล่ร้านอื่น ร้อยละ 12.90 และอะไหล่มีราคาสูงกว่าร้านขายอะไหล่ร้านอื่น ร้อยละ 3.23

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขาดความสะดวกในการเดินทางมาซื้ออะไหล่ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์	10	16.13
ขาดการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้านอย่างเหมาะสม	15	24.19
ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ แฟกซ์และระบบอิเล็กทรอนิกส์	8	12.90
การส่งสินค้าแก่ลูกค้ามีความล่าช้า ไม่ทันต่อการใช้งาน	17	27.42

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย

ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.52 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาการส่งสินค้าแก่ลูกค้ามีความล่าช้า ไม่ทันต่อการใช้งาน มากที่สุด ร้อยละ 27.42 รองลงมา คือ ขาดการจัดโชว์อะไหล่หน้าร้านอย่างเหมาะสม ร้อยละ 24.19 ขาดความสะดวกในการเดินทางมาซื้ออะไหล่ที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ ร้อยละ 16.13 และขาดความสะดวกในการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ แฟกซ์และระบบอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 12.90

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม	28	45.16
ขาดการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า	16	25.81
การสนทนาคู่ต่อลูกค้าในเทศกาลต่างๆ ยังขาดความเหมาะสม	11	17.74

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย
ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.53 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาการขาดการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม มากที่สุด ร้อยละ 45.16 รองลงมา คือ ขาดการโทรศัพท์ไปแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า ร้อยละ 25.81 และสนทนาคู่ต่อลูกค้าในเทศกาลต่างๆ ยังขาดความเหมาะสม ร้อยละ 17.74

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านพนักงานที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขาดการแนะนำที่ดีด้านอะไหล่แก่ลูกค้า	12	19.35
พนักงานขาดความรู้และประสบการณ์ด้านอะไหล่	8	12.90
พนักงานขาดความน่าเชื่อถือของพนักงาน	4	6.45
พนักงานขายอะไหล่ขาดความมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า	13	20.97
พนักงานขาดความสุภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า	9	14.52
พนักงานแสดงกิริยาไม่เหมาะสมต่อลูกค้า	7	11.29
การแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมต่อการทำงาน	1	1.61
พนักงานขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	7	11.29
พนักงานไม่ติดตามสินค้าให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารอนาน	18	29.03
พนักงานจัดอะไหล่ที่ไม่ถูกต้องให้ลูกค้าบ่อยครั้ง	13	20.97
พนักงานมีจำนวนน้อยเกินไปสำหรับให้บริการแก่ลูกค้า	21	33.87
การระบุราคาอะไหล่ของพนักงานขาดความแน่นอน	7	11.29

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย

ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.54 พบว่าด้านพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา พนักงานจำนวนน้อยเกินไปสำหรับให้บริการแก่ลูกค้า มากที่สุด ร้อยละ 33.87 รองลงมา คือ พนักงานไม่ติดตามสินค้าให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารอนาน ร้อยละ 29.03 พนักงานขายอะไหล่ขาดความมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้า และพนักงานจัดอะไหล่ที่ไม่ถูกต้องให้ลูกค้าบ่อยครั้ง ร้อยละ 20.97 พนักงานขาดการแนะนำที่ดีด้านอะไหล่แก่ลูกค้า ร้อยละ 19.35 พนักงานขาดความสุภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า ร้อยละ 14.52 พนักงานขาดความรู้ และประสบการณ์ ด้านอะไหล่ ร้อยละ 12.90 พนักงานแสดงกิริยาไม่เหมาะสมต่อลูกค้า และพนักงานขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน และการระบุนราคาอะไหล่ของพนักงานขาดความแน่นอน ร้อยละ 11.29 พนักงานขาดความน่าเชื่อถือของพนักงาน ร้อยละ 6.45 และการแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสมต่อการทำงาน ร้อยละ 1.61

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับความสะดวกจากการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าจนถึงลูกค้ารับสินค้า	6	9.68
ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	10	16.13
ขาดความสะดวกจากพนักงานรับคำสั่งซื้อสินค้า	10	16.13
การดำเนินการของกระบวนการซื้อสินค้ามีความล่าช้า	17	27.42
ลูกค้าต้องรอรับสินค้านานจนเกินไป	28	45.16
การจัดอะไหล่ไม่มีความถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	5	8.06
การขนส่งสินค้าไม่มีความปลอดภัย	1	1.61
ไม่ได้รับความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า	1	1.61
ไม่ได้รับความสะดวกในการเปลี่ยนหรือเคลมอะไหล่	2	3.23
ขาดการให้บริการหลังการขายที่ดี	6	9.68
มีความล่าช้าในการแจ้งข่าวสารของร้านแก่ลูกค้า	12	19.35

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย

ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.55 พบว่าด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา ลูกค้าต้องรอรับสินค้านานจนเกินไป มากที่สุด ร้อยละ 45.16 รองลงมา คือ การดำเนินการของกระบวนการซื้อสินค้ามีความล่าช้า ร้อยละ 27.42 ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และขาดความสะดวกจากพนักงานรับคำสั่งซื้อสินค้า ร้อยละ 16.13 ไม่ได้รับความสะดวกจากการให้บริการตั้งแต่

ลูกค้าสั่งสินค้าจนถึงลูกค้ารับสินค้า และขาดการให้บริการหลังการขายที่ดี ร้อยละ 9.68 การจัด
อะไหล่ไม่มีความถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ร้อยละ 8.06 ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการเปลี่ยนหรือเคลม
อะไหล่ ร้อยละ 3.23 การขนส่งสินค้าไม่มีความปลอดภัย และไม่ได้ได้รับความสะดวกในการชำระเงิน
ของลูกค้า ร้อยละ 1.61

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
ทางกายภาพที่พบจากการซื้ออะไหล่รถจักรยานยนต์ จากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายหน้าร้านมองเห็นยาก	2	3.23
ป้ายหน้าร้านขาดความทันสมัย	23	37.10
ที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอต่อลูกค้า	2	3.23
พื้นที่รอสินค้าของลูกค้ามีไม่เพียงพอ	16	25.81
ขาดการตกแต่งบริเวณร้านให้เหมาะสม	5	8.06
พื้นที่ภายในร้านขาดความสะอาด	1	1.61
แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ	1	1.61
ขาดการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน	2	3.23
ขาดความเป็นระเบียบของพื้นที่จัดเก็บ สินค้า	3	4.84

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบ 62 ราย

ตอบได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 4.56 พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา
ป้ายหน้าร้านขาดความทันสมัย มากที่สุด ร้อยละ 37.10 รองลงมา คือ พื้นที่รอสินค้าของลูกค้ามีไม่
เพียงพอ ร้อยละ 25.81 ขาดการตกแต่งบริเวณร้านให้เหมาะสม ร้อยละ 8.06 ขาดความเป็นระเบียบ
ของพื้นที่จัดเก็บสินค้า ร้อยละ 4.84 ป้ายหน้าร้านมองเห็นยาก และที่จอดรถของลูกค้าไม่เพียงพอ
ต่อลูกค้า และขาดการถ่ายเทอากาศที่ดีภายในร้าน ร้อยละ 3.23 พื้นที่ภายในร้านขาดความสะอาด
และแสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอเท่ากัน ร้อยละ 1.61

ปัญหาที่ท่านพบจากการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์ ปัญหาใดที่ควรแก้ไขมากที่สุดตามลำดับ

อันดับแรกที่ควรแก้ไขมากที่สุด คือ ความล่าช้า ในเรื่องต่างๆ เช่นการจัดอะไหล่ซ้ำ และรอรับอะไหล่ยาวนาน การรอสินค้า และชำระเงิมนาน (27 ราย) พนักงานจัดอะไหล่จัดอะไหล่ไม่ตรงกับที่สั่ง (8 ราย) อะไหล่บางตัวไม่มี และไม่มีการแจ้งให้ทราบว่าจะมาเมื่อไหร่ บางครั้งอะไหล่ขาด (7 ราย) พนักงานไม่เพียงพอ (3 ราย) ที่จอดรถไม่เพียงพอ (2 ราย) และลูกค้าอยากให้มีรถบริการทุกๆ อำเภอของจังหวัด (1 ราย)

ปัญหาลำดับต่อมาที่ควรแก้ไข พนักงานพูดจาไม่สุภาพ และกริยาไม่ดี (3 ราย) การสั่งซื้อสินค้าโดยตรง และทางโทรศัพท์ผิดพลาด (1 ราย)

ปัญหาลำดับสุดท้ายที่ควรแก้ไข คือ การกำหนดราคาสินค้าไม่เป็นมาตรฐาน (1 ราย) การส่งเสริมการขายน้อยเกินไป (1 ราย) และการบรรจุถุงสินค้าให้ลูกค้ามีการชำรุดฉีกขาด (1 ราย)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงชัยพาณิชย์

จัดระบบการจัดสินค้าให้รวดเร็วกว่านี้ (6ราย)

ราคาอะไหล่ไม่คงที่ เช่น น้ำมันเครื่อง หลอดไฟ อยากให้ลดราคาสินค้า แนะนำให้ทางร้านขายสินค้าแบบเงินเชื่อด้วยระยะเวลาสั้น 15 หรือ 30 วัน โดยลูกค้ามีหลักทรัพย์ค้ำประกันในการทำสินเชื่อ และควรจัดทำเอกสารแจ้งราคาอะไหล่แต่ละประเภทแจกลูกค้าเมื่อมีการปรับราคาตามท้องตลาด (5 ราย)

สินค้าไม่ครบ อยากให้มีสินค้าหลากหลาย อยากให้มีอะไหล่สำหรับปรับแต่งเครื่องยนต์ และอยากให้มีอะไหล่ นอก (4 ราย)

ควรเพิ่มพนักงาน และจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้าให้แก่พนักงาน (3 ราย)

ควรมีบริการส่งสินค้าให้ร้านเล็กๆ ด้วย (1 ราย)

ควรนำสินค้ามาโชว์ให้ลูกค้าเลือกชมขณะรอสินค้า (1 ราย)

จัดที่จอดรถยนต์ให้สะดวกกว่านี้ (1 ราย)