

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษออกเป็น ส่วน 5 ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานที่อยู่อาศัย สินค้าที่ซื้อจากบริษัทเพาเวอร์บาย สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ สาขาที่ซื้อสินค้านอกจากบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก การบริการที่มาใช้บริการ ระยะเวลาที่มาใช้บริการ วิธีการชำระค่าสินค้า ระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ ระยะเวลาผ่อนชำระผ่านบัตรเพาเวอร์บาย รายการส่งเสริมที่น่าสนใจ เหตุผลที่สนใจมาใช้บริการ บริษัทเพาเวอร์บาย สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1-18)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ/สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล/พนักงาน กระบวนการในการให้บริการ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 19 – 25)

ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าที่พบในการใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 26 – 32)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ และอาชีพ (ตารางที่ 33 – 60)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	112	35.0
หญิง	208	65.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกเป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.0 ลำดับรองลงมา เป็นเพศชาย ร้อยละ 35.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ต่ำกว่า 20 ปี	14	4.4	4
20-30 ปี	184	57.5	1
31-40 ปี	85	26.6	2
41-50 ปี	27	8.4	3
50 ปีขึ้นไป	10	3.1	5
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 57.5 ลำดับรองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 26.6 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 8.4 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 4.4 และอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.1

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	169	52.8	1
สมรส	147	45.9	2
หย่าร้าง	4	1.3	3
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีสถานภาพเป็น โสด ร้อยละ 52.8 ลำดับรองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 45.9 และหย่าร้าง ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
พนักงานบริษัทเอกชน	239	74.7	1
ธุรกิจส่วนตัว	22	6.9	2
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	21	6.6	3
รัฐวิสาหกิจ	13	4.1	4
นักเรียน/นักศึกษา	11	3.4	5
ข้าราชการ	11	3.4	5
อื่นๆ	3	0.9	6
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 74.7 ลำดับรองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 6.9 รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ ร้อยละ 6.6 รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.1 นักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ เท่ากัน ร้อยละ 3.4 และแม่บ้าน ร้อยละ 0.9

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	101	31.6	2
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	127	39.7	1
ปริญญาตรี	81	25.3	3
สูงกว่าปริญญาตรี	11	3.4	4
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกจบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 39.7 ลำดับรองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 31.6 ปริญญาตรี ร้อยละ 25.3 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.4

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ต่ำกว่า 10,000 บาท	147	45.9	1
10,001-20,000 บาท	133	41.6	2
20,001-30,000 บาท	14	4.4	4
30,001-40,000 บาท	9	2.8	5
มากกว่า 40,000 บาท	17	5.3	3
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 45.9 ลำดับรองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 41.6 มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 5.3 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 4.4 และ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่อยู่อาศัย

สถานที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	216	67.5	1
สันกำแพง	30	9.4	2
สันทราย	18	5.6	3
แม่ริม	7	2.2	5
หางดง	7	2.2	5
ดอยสะเก็ด	3	0.9	7
สารภี	10	3.1	4
แม่ว้าง	1	0.3	9
แม่แตง	4	1.3	6
ลำปาง	4	1.3	6
ดอยหล่อ	2	.6	8
เชิงดาว	1	0.3	9
สันป่าตอง	2	0.6	8
จังหวัดพะเยา	4	1.3	6
จังหวัดอุตรดิตถ์	1	.3	9
จังหวัดลำพูน	7	2.2	5
จังหวัดเชียงราย	2	0.6	8
จังหวัดนันทบุรี	1	0.3	9
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกสถานที่อยู่อาศัย คือ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 67.5 ลำดับรองลงมาคือ อำเภอสันกำแพง ร้อยละ 9.4 อำเภอสันทราย ร้อยละ 5.6 อำเภอสารภี ร้อยละ 3.1 อำเภอแม่ริม และอำเภอหางดง และจังหวัดลำพูน ร้อยละ 2.2 อำเภอแม่แตง จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา ร้อยละ 1.3 อำเภอดอยสะเก็ด ร้อยละ 0.9 อำเภอดอยหล่อ อำเภอสันป่าตอง และจังหวัดเชียงราย ร้อยละ 0.6 อำเภอเชิงดาว จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดนันทบุรี ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากบริษัท เพาเวอร์บาย

สินค้าที่ซื้อจากบริษัทเพาเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	201	62.8	1
ตู้เย็น	135	42.2	3
เครื่องซักผ้า	120	37.5	4
โทรศัพท์มือถือ	171	53.4	2
เครื่องคอมพิวเตอร์	55	17.2	7
กล้องถ่ายรูป	101	31.6	5
เครื่องเสียง	98	30.6	6
เครื่องดนตรี	17	5.3	10
เครื่องปรับอากาศ	25	7.8	9
อื่นๆ	28	8.8	8

หมายเหตุ: - อื่นๆ ได้แก่ เครื่องทำน้ำอุ่น (10 ราย) พัดลม (5 ราย) เครื่องเล่น DVD (3 ราย)  
- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกสินค้าที่ซื้อจากบริษัทเพาเวอร์บาย คือโทรทัศน์ ร้อยละ 62.8 ลำดับรองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 53.4 ตู้เย็น ร้อยละ 42.2 กล้องถ่ายรูป ร้อยละ 31.6 เครื่องเสียง ร้อยละ 30.6 เครื่องคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 17.2 เครื่องปรับอากาศ ร้อยละ 7.8 อื่นๆ ร้อยละ 8.8 และ เครื่องดนตรี ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาที่ซื้อนอกจากบริษัท เพาเวอร์บาย สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

สาขาที่ซื้อนอกจากสาขาภาคสวนแก้ว	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
สาขาโรบินสันเชียงใหม่	190	59.4	1
สาขาบิ๊กซีเชียงใหม่	69	21.6	2
สาขาบิ๊กซีลำปาง	16	5.0	3
สาขาอื่นๆ	13	4.1	4

หมายเหตุ: - สาขาอื่นๆ ได้แก่ สาขาพระราม 2 (3 ราย) สาขาปิ่นเกล้า (4 ราย) (สาขาพินิจโลก (2 ราย) สาขารังสิต (2 ราย) สาขาโรบินสันรัชดา (2 ราย)

- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสาขาที่ซื้อนอกจากสาขาภาคสวนแก้ว ลำดับแรก คือ สาขาโรบินสันเชียงใหม่ ร้อยละ 59.4 ลำดับรองลงมาคือ สาขาบิ๊กซีเชียงใหม่ ร้อยละ 21.6 สาขาบิ๊กซีลำปาง ร้อยละ 5.0 และสาขาอื่นๆ ร้อยละ 4.1

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด

ผู้มีอิทธิพลในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
คู่สมรส	119	37.2	1
บุตร	15	4.7	5
เพื่อน	83	25.9	2
พนักงานสาธิตสินค้า	45	14.1	4
อื่นๆ	58	18.1	3
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ: อื่นได้แก่ ตัวเอง 50 ราย คู่รัก 8 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้มีอิทธิพลในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรก คือ คู่สมรส ร้อยละ 37.2 ลำดับรองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 25.9 อื่นๆ ร้อยละ 18.1 พนักงานสาธิตสินค้า ร้อยละ 14.1 และบุตร ร้อยละ 4.7



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก บริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทเพาเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	184	57.5	1
วิทยุ	28	8.8	10
นิตยสาร	35	10.9	9
หนังสือพิมพ์	96	30.0	3
ป้ายโฆษณา	95	29.7	4
พนักงานสาขิตสินค้า	45	14.1	8
เพื่อนหรือคนรู้จัก	129	40.3	2
ป้ายโฆษณา/คัดเอ้าท์	46	14.4	7
ใบปลิว	72	22.5	5
อินเทอร์เน็ต	19	5.9	11
บุคคลในครอบครัวหรือญาติ	43	13.4	6
อื่นๆ	4	1.3	12

หมายเหตุ : - อื่น ๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า 4 ราย

- ตอบได้มากกว่า 1ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ลำดับแรก คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 57.5 ลำดับรองลงมาคือ เพื่อนหรือคนรู้จัก ร้อยละ 40.3 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 30.0 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 29.7 ใบปลิว ร้อยละ 22.5 พนักงานสาขิตสินค้า ร้อยละ 14.1 บุคคลในครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 13.4 นิตยสาร ร้อยละ 10.9 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.9 อื่นๆ ร้อยละ 1.3



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่มาใช้บริษัท เพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

บริการที่ผู้ใช้บริษัทเพาเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ซื้อสินค้า	312	97.5	1
ซ่อมสินค้า	31	9.7	3
ล้างอัดรูป	35	10.9	2
อื่นๆ	2	0.6	4

หมายเหตุ :- อื่น ๆ ได้แก่ ขอคำแนะนำ 1 ราย สอบถามสินค้า 1 ราย

- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่มาใช้บริษัทเพาเวอร์บาย ลำดับแรกคือ ซื้อสินค้า 97.5 ลำดับรองลงมาคือ ซ่อมสินค้า ร้อยละ 9.7 ล้างอัดรูป ร้อยละ 10.9 และอื่นๆ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ บริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

ระยะเวลาที่มาใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 1 ปี	49	15.3	4
มากกว่า 1 ปี-2 ปี	95	29.7	1
มากกว่า 2 ปี - 3 ปี	49	15.3	4
มากกว่า 3 ปี - 4 ปี	64	20.0	3
4 ปีขึ้นไป	63	19.7	2
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาที่มาใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย ลำดับแรกคือ มากกว่า 1 ปี-2 ปี ร้อยละ 29.7 ลำดับรองลงมาคือ 4 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.0 มากกว่า 4 ปี - 5 ปี ร้อยละ 19.7 ไม่เกิน 1 ปี และมากกว่า 2 ปี - 3 ปี ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้าที่บริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด

วิธีการชำระค่าสินค้าที่บริษัทเพาเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เงินสด	121	37.8	2
บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆเต็มจำนวน	31	9.7	3
ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ , บัตรเพาเวอร์บาย	168	52.5	1
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.0</b>	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม วิธีการซื้อสินค้าที่บริษัทเพาเวอร์บายลำดับแรก คือ ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ และบัตรเพาเวอร์ บาย ร้อยละ 52.5 ลำดับรองลงมาคือ เงินสด ร้อยละ 37.8 และบัตรเครดิต ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆมากที่สุด

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตธนาคาร ต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
3 เดือน	4	10.3	4
6 เดือน	12	30.8	2
9 เดือน	5	12.8	3
10 เดือน	18	46.1	1
<b>รวม</b>	<b>39</b>	<b>100.0</b>	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆ ระยะเวลาที่ผ่อนชำระ ลำดับแรก คือ 10 เดือน ร้อยละ 46.1 ลำดับรองลงมาคือ 6 เดือน ร้อยละ 30.8 9 เดือน ร้อยละ 12.8 และ 3 เดือน ร้อยละ 10.2

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตเวอร์บายมากที่สุด

ระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตเวอร์บาย	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
3 เดือน	3	2.3	4
6 เดือน	36	27.9	2
9 เดือน	11	8.5	3
10 เดือน	2	1.6	5
12 เดือน	72	55.8	1
18 เดือน	2	1.6	5
24 เดือน	2	1.6	5
36 เดือน	1	0.8	6
รวม	129	100.0	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาที่ผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตเวอร์บาย ลำดับแรก คือ 12 เดือน ร้อยละ 55.8 ลำดับรองลงมาคือ 6 เดือน ร้อยละ 27.9 9 เดือน ร้อยละ 8.5 3 เดือน ร้อยละ 2.3 18 เดือน 24 เดือน ร้อยละ 1.6 และ 36 เดือน ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่สนใจมากที่สุด

รายการส่งเสริมการขายที่สนใจมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ของแถม	129	40.3	1
ลดราคา	106	33.1	2
ชิงโชค	2	0.6	5
สะสมแต้ม	12	3.7	4
จัดรายการผ่อน 0%	68	21.3	3
จัดบูท์จัดรายการ	1	0.3	6
สินค้าเก่าแลกสินค้าใหม่	2	0.6	5
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายการส่งเสริมการตลาดที่สนใจมากที่สุด ลำดับแรกคือ ของแถม ร้อยละ 40.3 ลำดับรองลงมาคือ ลดราคา ร้อยละ 33.1 จัดรายการผ่อน 0% ร้อยละ 21.3 สะสมแต้ม ร้อยละ 3.7 ชิงโชค และสินค้าเก่าแลกสินค้าใหม่ ร้อยละ 0.6 จัดบูท จัดรายการ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สนใจมาใช้ บริการที่เพาเวอร์บายสาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

เหตุผลที่สนใจมาใช้บริการที่เพาเวอร์บายสาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ	86	26.9	1
มีบริการส่งสินค้า	50	15.6	4
มีที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	6	1.9	8
สินค้าครบทุกประเภท	26	8.1	5
สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก	52	16.3	3
มีบริการที่รวดเร็ว	11	3.4	6
วิธีการผ่อนชำระไม่ยุ่งยาก	53	16.6	2
สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามจังหวัดที่มีเพาเวอร์บายตั้งอยู่	7	2.2	7
มีอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนต่ำ	26	8.1	5
อื่นๆ	3	0.9	9
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ใกล้เคียงที่ทำงาน

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลที่สนใจมาใช้บริการที่เพาเวอร์บาย สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ลำดับแรกคือ รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ ร้อยละ 26.9 ลำดับรองลงมาคือ วิธีการผ่อนชำระไม่ยุ่งยาก ร้อยละ 16.6 สินค้ามีหลายยี่ห้อให้เลือก ร้อยละ 16.3 มีบริการส่งสินค้า ร้อยละ 15.6 สินค้าครบทุกประเภท และมีอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนต่ำ ร้อยละ 8.1 สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามจังหวัดที่มีบริษัทเพาเวอร์บายตั้งอยู่ ร้อยละ 2.2 มีที่จอดรถสะดวก และปลอดภัย ร้อยละ 1.9 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.9

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทแพวเวอร์บาย จำกัด  
สาขากาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพของสินค้า	55 (17.2)	199 (62.2)	64 (20.0)	2 (0.6)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	1
ความหลากหลายของสินค้า	38 (11.9)	194 (60.6)	85 (26.6)	3 (0.9)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	4
ความหลากหลายของยี่ห้อ	38 (11.9)	173 (54.1)	103 (32.2)	6 (1.9)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	6
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	22 (6.9)	123 (38.4)	151 (47.2)	20 (6.3)	4 (1.3)	3.43 (ปานกลาง)	12
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	26 (8.1)	148 (46.3)	128 (40.0)	17 (5.3)	1 (0.3)	3.57 (มาก)	9
ความทันสมัยของสินค้า	59 (18.4)	191 (59.7)	63 (19.7)	6 (1.9)	1 (0.3)	3.94 (มาก)	2
การมีสินค้าพร้อมขาย	42 (13.1)	164 (51.3)	102 (31.9)	10 (3.1)	2 (0.6)	3.73 (มาก)	7
เงื่อนไขการรับคืนหรือเปลี่ยน สินค้า	21 (6.6)	169 (52.8)	103 (32.2)	22 (6.9)	5 (1.6)	3.56 (มาก)	10
บริการหลังการขาย	34 (10.6)	155 (48.4)	98 (30.6)	30 (9.4)	3 (0.9)	3.58 (มาก)	8
มีบริการซ่อมสินค้า	30 (9.4)	139 (43.4)	108 (33.8)	36 (11.3)	7 (2.2)	3.47 (ปานกลาง)	11
การรับประกันสินค้า	52 (16.3)	171 (53.4)	76 (23.8)	18 (5.6)	3 (0.9)	3.78 (มาก)	5

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	81 (25.3)	158 (49.4)	61 (19.1)	9 (2.8)	11 (3.4)	3.90 (มาก)	3
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	74 (23.1)	150 (46.9)	75 (23.4)	10 (3.1)	11 (3.4)	3.83 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) ลำดับรองลงมาคือ ความทันสมัยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) บริการส่งสินค้าถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความหลากหลายของสินค้า และบริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.83) การรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความหลากหลายของยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การมีสินค้าพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด) (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีบริการซ่อมสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง (ค่าเฉลี่ย 3.43)



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	43 (13.4)	171 (53.4)	100 (31.3)	6 (1.9)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	5
การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน	68 (21.3)	182 (56.9)	63 (19.7)	4 (1.3)	3 (0.9)	3.96 (มาก)	3
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	61 (19.1)	172 (53.8)	78 (24.4)	9 (2.8)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	4
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตร เครดิต	68 (21.2)	183 (57.2)	62 (19.4)	7 (2.2)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	75 (23.4)	175 (54.7)	67 (20.9)	2 (0.6)	1 (0.3)	4.00 (มาก)	1
อัตราดอกเบี้ย	49 (15.3)	142 (44.4)	108 (33.8)	21 (6.6)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	6
เงินคาวน	34 (10.6)	127 (39.7)	132 (41.3)	21 (6.6)	6 (1.9)	3.51 (มาก)	8
วงเงินในการซื้อสินค้า	42 (13.1)	145 (45.3)	110 (34.4)	20 (6.3)	3 (0.9)	3.63 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.81 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือบริการผ่อนชำระค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ลำดับรองลงมาคือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.98) การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.96) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.78) อัตราดอกเบี้ย 3.68) วงเงินในการซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) เงินคาวน (ค่าเฉลี่ย 3.51)



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่

ด้านช่องทางการให้บริการ/ สถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ที่จอดรถ	22 (6.9)	95 (29.7)	112 (35.0)	52 (16.3)	39 (12.2)	3.03 (ปานกลาง)	6
การจัดหมวดหมู่สินค้า	32 (10.0)	174 (54.4)	100 (31.3)	11 (3.4)	3 (0.9)	3.69 (มาก)	4
การจัดหน้าร้าน	36 (11.3)	175 (54.7)	105 (32.8)	2 (0.6)	2 (0.6)	3.75 (มาก)	3
การวางแผนผังสินค้า	25 (7.8)	165 (51.6)	122 (38.1)	6 (1.9)	2 (0.6)	3.64 (มาก)	5
เวลาเปิด-ปิด	42 (13.1)	177 (55.3)	95 (29.7)	5 (1.6)	1 (0.3)	3.79 (มาก)	1
ทำเลที่ตั้งของร้านใน ศูนย์การค้า	43 (13.4)	174 (54.4)	93 (29.1)	9 (2.8)	1 (0.3)	3.78 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.61 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิด (ค่าเฉลี่ย 3.79) ลำดับรองคือทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) การจัดหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) การจัดหมวดหมู่สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) การวางแผนผังสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณา	49 (15.3)	156 (48.8)	96 (30.0)	15 (4.7)	4 (1.3)	3.72 (มาก)	7
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม	34 (10.6)	161 (50.3)	103 (32.2)	18 (5.6)	4 (1.3)	3.63 (มาก)	9
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนบัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล	48 (15.0)	162 (50.6)	90 (28.1)	18 (5.6)	2 (0.6)	3.74 (มาก)	6
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	54 (16.9)	156 (48.8)	97 (30.3)	12 (3.8)	1 (0.3)	3.78 (มาก)	4
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน	51 (15.9)	151 (47.2)	105 (32.8)	12 (3.8)	1 (0.3)	3.75 (มาก)	5
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	38 (11.9)	166 (51.9)	105 (32.8)	8 (2.5)	3 (0.9)	3.71 (มาก)	8
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	65 (20.3)	154 (48.1)	90 (28.1)	11 (3.4)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	3
มีบริการส่งสินค้าฟรี	92 (28.8)	150 (46.9)	62 (19.4)	13 (4.1)	3 (0.9)	3.98 (มาก)	1
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	89 (27.8)	146 (45.6)	63 (19.7)	16 (5.0)	6 (1.9)	3.93 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีบริการส่งสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.98) ลำดับรองคือมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจ้ดรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนบัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.74) การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.71) การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านบุคคล/พนักงาน

ด้านบุคคล/ พนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	45 (14.1)	162 (50.6)	104 (32.5)	8 (2.5)	1 (0.3)	3.76 (มาก)	5
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	53 (16.6)	165 (51.6)	90 (28.1)	11 (3.4)	1 (0.3)	3.81 (มาก)	4
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	57 (17.8)	165 (51.6)	87 (27.2)	10 (3.1)	1 (0.3)	3.83 (มาก)	2
พนักงานมีความชำนาญและ ความรู้เกี่ยวกับสินค้า	52 (16.3)	174 (54.4)	91 (28.4)	3 (0.9)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	1
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	49 (15.3)	171 (53.4)	93 (29.1)	6 (1.9)	1 (0.3)	3.82 (มาก)	3
พนักงานให้บริการและ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า	53 (16.6)	142 (44.4)	113 (35.3)	10 (3.1)	2 (0.6)	3.73 (มาก)	7
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	51 (15.9)	155 (48.4)	100 (31.3)	13 (4.1)	1 (0.3)	3.76 (มาก)	5
พนักงานมีความถูกต้องและ แม่นยำในการให้บริการ	38 (11.9)	171 (53.4)	102 (31.9)	9 (2.8)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	6
การบริการของพนักงานอย่าง เสมอภาค	37 (11.6)	167 (52.2)	104 (32.5)	11 (3.4)	1 (0.3)	3.71 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.78 (มาก)	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) ลำดับรองคือพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ

พนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านกระบวนการในการให้บริการ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	57 (17.8)	167 (52.2)	91 (28.4)	5 (1.6)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	2
มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	61 (19.1)	183 (57.2)	66 (20.6)	8 (2.5)	2 (0.6)	3.92 (มาก)	1
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	51 (15.9)	176 (55.0)	84 (26.2)	4 (1.3)	5 (1.6)	3.83 (มาก)	3
การส่งสินค้าตรงตามเวลา	43 (13.4)	176 (55.0)	93 (29.0)	4 (1.3)	4 (1.3)	3.78 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ลำดับรองคือขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.86) การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) การส่งสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.78)

All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความกว้างขวางและสะอาดของ ร้าน	42 (13.1)	169 (52.8)	104 (32.5)	5 (1.6)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	2
ความเป็นระเบียบและเป็น หมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	47 (14.7)	180 (56.3)	80 (25.0)	8 (2.5)	5 (1.6)	3.80 (มาก)	1
ความสะอาดของสถานที่จอดรถ	22 (6.9)	121 (37.8)	105 (32.8)	44 (13.8)	28 (8.8)	3.20 (ปานกลาง)	5
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	40 (12.5)	159 (49.7)	100 (31.3)	15 (4.7)	6 (1.9)	3.66 (มาก)	3
การตกแต่งร้านและบรรยากาศ ภายในร้าน	31 (9.7)	166 (51.9)	106 (33.1)	15 (4.7)	2 (0.6)	3.65 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.62 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ลำดับรองคือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือความสะอาดของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.20)



ส่วนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าที่พบในการใช้บริการบริษัทเพาเวอร์บาย สาขา கடสวนแก้ว จังหวัด  
เชียงใหม่

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/  
บริการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มีข้อให้เล็กน้อย	111	34.7	2
ไม่มีรุ่นที่ต้องการ	121	37.8	1
สินค้าล้าสมัย	30	9.4	7
ข้อที่จำหน่ายไม่เป็นที่รู้จัก	27	8.4	8
การบริการหลังการขายไม่ดี	37	11.6	6
เงื่อนไขการรับเปลี่ยนสินค้าไม่เหมาะสม	39	12.2	5
สินค้าขาดตลาด	103	32.2	3
การซ่อมสินค้าใช้เวลานาน	91	28.4	4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการลำดับแรก  
คือ ไม่มีรุ่นที่ต้องการ ร้อยละ 37.8 ลำดับรองลงมาคือ มีข้อให้เล็กน้อย ร้อยละ 34.7 การซ่อม  
สินค้าใช้เวลานาน ร้อยละ 32.2 การซ่อมสินค้าใช้เวลานาน ร้อยละ 28.4 เงื่อนไขการรับเปลี่ยน  
สินค้าไม่เหมาะสม ร้อยละ 11.6 สินค้าล้าสมัย ร้อยละ 9.4 และ ข้อที่จำหน่ายไม่เป็นที่รู้จัก  
ร้อยละ 8.4



ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ราคาขายแพงกว่าที่อื่น	84	26.3	5
ราคาต่อรองไม่ได้	126	39.4	1
ค่าบริการติดตั้งแพง	26	8.1	6
ไม่มีส่วนลดเงินสด	120	37.5	2
การผ่อนชำระสามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียว	93	29.1	3
ราคาสินค้าไม่คงที่	87	27.2	4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาลำดับแรกคือราคาต่อรองไม่ได้ ร้อยละ 39.4 ลำดับรองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดเงินสด ร้อยละ 37.5 การผ่อนชำระสามารถผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 29.1 ราคาสินค้าไม่คงที่ ร้อยละ 27.2 ราคาขายแพงกว่าที่อื่น ร้อยละ 26.3 และ ค่าบริการติดตั้งแพง ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ/ สถานที่

ปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
สถานที่จอดรถไม่สะดวก	162	50.6	1
ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างชัดเจน	42	13.1	4
พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง	102	31.9	2
แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ	17	5.3	8
มีจำนวนสาขาให้บริการน้อย	76	23.8	3
ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่หาสินค้ายาก	1	0.3	7
สถานที่ตั้งบริษัทไม่สะดวกในการติดต่อ	20	6.3	6
ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก	36	11.3	5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการให้บริการ/ สถานที่ ลำดับแรกคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก ร้อยละ 50.6 ลำดับรองลงมาคือ พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง ร้อยละ 31.9 มีจำนวนสาขาให้บริการน้อย ร้อยละ 23.8 ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างชัดเจน ร้อยละ 13.1 ติดต่อทางโทรศัพท์ได้ยาก ร้อยละ 11.3 สถานที่ตั้งบริษัทไม่สะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 6.3 แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ ร้อยละ 5.3 สถานที่ตั้งบริษัทไม่สะดวกในการติดต่อ ร้อยละ 6.3 และ ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่หาสินค้ายาก ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
การโฆษณา มีน้อย ไม่น่าสนใจ	104	32.5	2
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ	106	33.1	1
ไม่มีการเข้าร่วมรายการส่งเสริมการตลาดสำหรับสินค้าที่ต้องการ	98	30.6	3
สินค้าที่จัดรายการผ่อนชำระ 0% ไม่น่าสนใจ	62	19.4	4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ลำดับแรกคือ การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 33.1 ลำดับรองลงมาคือ การโฆษณา มีน้อย ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 32.5 ไม่มีการเข้าร่วมรายการส่งเสริมการตลาด สำหรับสินค้าที่ต้องการ ร้อยละ 30.6 สินค้าที่จัดรายการผ่อนชำระ 0% ไม่น่าสนใจ ร้อยละ 19.4

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคคล/  
พนักงาน

ปัญหาด้านบุคคล/พนักงาน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
พนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง	46	14.4	4
พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ	27	8.4	5
พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า	65	20.3	2
พนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและไม่ซื่อสัตย์	20	6.3	6
พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน	64	20.0	3
พนักงานบริการไม่เพียงพอในบางจุด	126	39.4	1
อื่นๆ	2	0.6	7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย  
อื่นๆ ได้แก่ พนักงานบริการไม่ดี

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคคล/พนักงาน ลำดับแรกคือ พนักงานบริการไม่เพียงพอในบางจุด ร้อยละ 39.4 ลำดับรองลงมาคือ พนักงานแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าล่าช้า ร้อยละ 20.3 พนักงานให้ข้อมูลไม่ชัดเจน ร้อยละ 20.0 พนักงานไม่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง ร้อยละ 14.4 พนักงานไม่สุภาพในการให้บริการ ร้อยละ 8.4 พนักงานมีความไม่น่าเชื่อถือและไม่ซื่อสัตย์ ร้อยละ 6.3 และอื่นๆ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการในการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการในการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ล่าช้า	65	20.3	1
ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ	59	18.4	2
มีการคิดราคาที่ไม่ผิดพลาด	23	7.2	4
การส่งสินค้าไม่ตรงเวลา	55	17.2	3
ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง	17	5.3	5
อื่นๆ	7	2.2	6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ความล่าช้าในการถามสต็อกสินค้าใหม่ต่างสาขา 3 ราย ใบก่ากับภานี้ 4 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการในการให้บริการ ลำดับแรกคือ พนักงานให้บริการในขั้นตอนต่างๆ ล่าช้า ร้อยละ 20.3 ลำดับรองลงมาคือ ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ ร้อยละ 18.4 การส่งสินค้าไม่ตรงเวลา ร้อยละ 17.2 มีการคิดราคาที่ไม่ผิดพลาด ร้อยละ 7.2 ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง ร้อยละ 5.3 และอื่นๆ ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ระบบบันทึกข้อมูลชัดเจน	22	6.9	4
อุปกรณ์เครื่องมือในร้านไม่ดี	12	3.8	6
บรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ	38	11.9	3
อาคารสถานที่ไม่สะอาด	13	4.1	5
ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับบริการ	89	27.8	2
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น	101	31.6	1
อื่นๆ	1	0.3	7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 320 ราย  
อื่นๆ ได้แก่ อากาศร้อน

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ลำดับแรกคือ ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้บริการ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร น้ำดื่ม เป็นต้น ร้อยละ 31.6 ลำดับรองลงมาคือ ไม่มีสถานที่ให้นั่งรอรับบริการ ร้อยละ 27.8 บรรยากาศภายในร้านอึดอัด คับแคบ ร้อยละ 11.9 ระบบบันทึกข้อมูลชัดเจน ร้อยละ 6.9 อาคารสถานที่ไม่สะอาด ร้อยละ 4.1 อุปกรณ์เครื่องมือในร้านไม่ดี ร้อยละ 3.8 และอื่นๆ ร้อยละ 0.3

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของสินค้า	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)
ความหลากหลายของยี่ห้อ	3.66 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	3.46 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
ความทันสมัยของสินค้า	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)
เงื่อนไขการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)
บริการหลังการขาย	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)



ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการซ่อมสินค้า	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การรับประกันสินค้า	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.78 (มาก)
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความ พึงพอใจลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)
การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)
เงินคาวน	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
วงเงินในการซื้อสินค้า	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางบริการ / สถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางบริการ/ สถานที่	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถ	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่สินค้า	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
การจัดหน้าร้าน	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
การวางแผนผังสินค้า	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)
เวลาเปิด-ปิด	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางบริการ/ สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนน บัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของ รางวัล	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในร้าน	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้า เฉพาะอย่าง	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของ สินค้าจัดรายการ	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการส่งสินค้าฟรี	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และ มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือมีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล/  
พนักงาน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล/ พนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้า	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการ ของลูกค้า	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
พนักงานมีความชำนาญและความรู้ เกี่ยวกับสินค้า	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ ใช้สอยของสินค้า	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้า	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)
พนักงานมีความถูกต้องและแม่นยำในการ ให้บริการ	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)
การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.77</b> (มาก)	<b>3.78</b> (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)
การส่งสินค้าตรงตามเวลา	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.81</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.85</b> (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/ บริการ	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสะอาดของสถานที่จอดรถ	3.19 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)
การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน	3.54 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

#### 4.2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย

จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของสินค้า	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.79 (มาก)	3.90 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
ความหลากหลายของยี่ห้อ	4.14 (มาก)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ ทดลอง	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)
ความทันสมัยของสินค้า	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.94 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)
เงื่อนไขการรับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)
บริการหลังการขาย	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีบริการซ่อมสินค้า	3.86 (มาก)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การรับประกันสินค้า	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.99 (มาก)	3.63 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความหลากหลายของยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริการส่งสินค้าถึงบ้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี และอายุ 51 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	4.36 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)
การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	3.89 (มาก)
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	4.21 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
เงินคาวน	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
วงเงินในการซื้อสินค้า	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.58 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน และการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถ	3.64 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่สินค้า	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)
การจัดหน้าร้าน	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
การวางแผนผังสินค้า	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
เวลาเปิด-ปิด	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ  
การจัดหน้าร้าน เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านใน  
ศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่  
สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน  
มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่  
สินค้า และเวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนบัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการส่งสินค้าฟรี	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)	3.78 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)



จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล / พนักงาน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	4.07 (มาก)	3.78 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.07 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	4.14 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.76 (มาก)
พนักงานมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการ	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
การบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)
การส่งสินค้าตรงตามเวลา	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ ขบวนการในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง และมีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกว้างขวางและสะอาด ของร้าน	4.07 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)
ความเป็นระเบียบและเป็น หมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
ความสะอาดของสถานที่จอดรถ	3.43	3.18 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
การตกแต่งร้านและบรรยากาศ ภายในร้าน	3.93 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)	3.65 (มาก)	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปีและ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเพาเวอร์บาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของสินค้า	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
ความหลากหลายของยี่ห้อ	3.85 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	3.65 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)
ความทันสมัยของสินค้า	4.01 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)
เงื่อนไขการรับคืนหรือเปลี่ยน สินค้า	3.61 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.82 (มาก)	3.56 (มาก)
บริการหลังการขาย	3.72 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
มีบริการซ่อมสินค้า	3.65 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การรับประกันสินค้า	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.90 (มาก)
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.53 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริการส่งสินค้าถึงบ้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และความหลากหลายของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ ความทันสมัยของสินค้า บริการหลังการขาย และ การรับประกันสินค้า มากกว่าด้านอื่น



ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ รุ่น สินค้า)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคา ให้เลือก	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตร เครดิต	3.95 (มาก)	4.01 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.94 (มาก)	3.68 (มาก)
เงินดาวน์	3.52 (มาก)	3.53 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
วงเงินในการซื้อสินค้า	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับ  
แรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆ และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ การติดป้ายราคาที่ชัดเจน การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆ และบริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางบริการ /สถานที่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยช่องทางบริการ/สถานที่	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ที่จอดรถ	3.26 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่สินค้า	3.76 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)
การจัดหน้าร้าน	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)
การวางแผนผังสินค้า	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)
เวลาเปิด-ปิด	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า	3.90 (มาก)	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางบริการ /สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัดหมวดหมู่สินค้า เวลาเปิด-ปิด และทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.72 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสมคะแนนบัตรเดอวันการ์ด (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล	3.91 (มาก)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน	3.85 (มาก)	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง	3.84 (มาก)	3.65 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.85 (มาก)
มีบริการส่งสินค้าฟรี	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรีมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม และมีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจักรายการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล/  
พนักงาน จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	4.11 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการ ของลูกค้า	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
พนักงานมีความชำนาญและ ความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	4.22 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานให้บริการและ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า	3.78 (มาก)	3.62 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วย ความรวดเร็ว	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)
พนักงานมีความถูกต้องและ แม่นยำในการให้บริการ	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)
การบริการของพนักงานอย่าง เสมอภาค	3.78 (มาก)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ มี  
ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก



ในปีจ้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai umbrella. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a circular path around the elephant. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
กระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขบวนการในการให้สมัครและ อนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	3.57 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)	4.18 (มาก)	3.92 (มาก)
การส่งสินค้าอย่างถูกต้อง	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)
การส่งสินค้าตรงตามเวลา	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกรายได้ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000  
บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มี  
การสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ขบวนการ  
ในการให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกว้างขวางและสะอาดของ ร้าน	3.87 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)
ความเป็นระเบียบและเป็น หมวดหมู่ของสินค้า/บริการ	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสะดวกของสถานที่จอด รถ	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ นำมาให้บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
การตกแต่งร้านและบรรยากาศ ภายในร้าน	3.78 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 30,001-40,000 บาทและมากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และ รายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถาม 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

4.3 ความพึงพอใจของถูกคำต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทแพวอรับาย จำกัด สาขาภาคสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
คุณภาพของสินค้า	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.91 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.95 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.67 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.96 (มาก)	
ความหลากหลายของสินค้า	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	
ความหลากหลายของยี่ห้อ	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	4.08 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	
ความครบถ้วนของสินค้า (รุ่น/ขนาด)	3.73 (มาก)	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	

ตารางที่ 54 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	อาชีพ										รวม	
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ					
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)	4.33 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)	3.73 (มาก)
เงื่อนไขการรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	3.36 (มาก)	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)
บริการหลังการขาย	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)
มีบริการซ่อมสินค้า	3.55 (มาก)	3.43 (มาก)	3.55 (มาก)	3.77 (มาก)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
การรับประกันสินค้า	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
บริการส่งสินค้าถึงบ้าน	3.91 (มาก)	3.93 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
บริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การรับประกันสินค้าและบริการติดตั้งสินค้าถึงบ้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและ อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความหลากหลายของยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การมีสินค้าพร้อมขาย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำนวนตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ราคาสินค้า (ตามยี่ห้อ, รุ่นสินค้า)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)	ค่าเฉลี่ย (เบี่ยงเบน)
การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน	4.09 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	4.23 (มาก)	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)		
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)		
การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	4.15 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)		
บริการผ่อนชำระค่าสินค้า	3.64 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.38 (มาก)	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)		
อัตราดอกเบี้ย	3.73 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)	4.08 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)		
เงินค่าน	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)		
วงเงินในการซื้อสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.55 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)		
	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)		



จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ บริการผ่อนชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ อาชีพรัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) hanging from its trunk. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ จำนวนตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/ สถานที่	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ที่จอดรถ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.45 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 2.92 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 2.82 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.31 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.43 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.55 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.33 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)		
การจัดหมวดหมู่สินค้า	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)		
การจัดหน้าร้าน	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)		
การวางแผนผังสินค้า	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)		
เวลาเปิด-ปิด	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)		
ทำเลที่ตั้งของร้าน ในศูนย์การค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.55 (มาก)	3.85 (มาก)	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)		

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจลำดับแรก  
คือ การจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ  
เวลาเปิด-ปิด มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัด  
หมวดหมู่สินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การจัด  
หมวดหมู่สินค้า และการจัดหน้าร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ มีความ  
พึงพอใจลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านในศูนย์การค้า มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อยุทธศาสตร์ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
การโฆษณา	3.36 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	4.19 (มาก)	3.55 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	
การส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แคม	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)	3.38 (มาก)	4.10 (มาก)	3.68 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	
การส่งเสริมการตลาดด้วยการสะสม คะแนนบัตรเดอวิการ์ด์ (The 1 Card) เพื่อแลกของรางวัล	3.45 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	
มีการลดราคาพิเศษตามเทศกาล	3.36 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	
มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มี แจกภายในร้าน	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	
มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาด สินค้าเฉพาะอย่าง	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	
มีการบริการให้ผ่อนชำระสินค้า 0% ของสินค้าจัดรายการ	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
มีบริการส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.82 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.01 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.77 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.86 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.09 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.67 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.98 (มาก)	
มีบริการติดตั้งสินค้าฟรี	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.82 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.95 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.82 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.54 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.95 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.67 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.93 (มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การโฆษณา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจ ลำดับแรก คือ มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาดสินค้าเฉพาะอย่าง มีบริการส่งสินค้าฟรี และมีบริการติดตั้งสินค้าฟรี มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อยุทธศาสตร์/พนักงาน จำนวนตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้า	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.00 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.71 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.91 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.92 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.05 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.73 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.67 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.76 (มาก)		
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)		
พนักงานมีความเข้าใจถึงความ ต้องการของลูกค้า	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)		
พนักงานมีความชำนาญและความรู้ เกี่ยวกับสินค้า	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)		
พนักงานอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยของสินค้า	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	4.08 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)		
พนักงานให้บริการและแก้ปัญหา ให้กับลูกค้า	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)		
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความ รวดเร็ว	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.64 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)		



ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตานุคุณ/พนักงาน จำนวนตามอาชีพ

	อาชีพ								
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม	
บัณฑิตานุคุณ/พนักงาน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีความถูกต้องและแม่นยำใน การให้บริการ	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	
การบริการของพนักงานอย่างเสมอ ภาค	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.74 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล/พนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึงพอใจลำดับแรก คือจำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และพนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน พนักงานให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และการบริการของพนักงานอย่างเสมอภาค มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	อาชีพ									
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
3.64 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)			
3.45 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)			
3.45 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.55 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)			
3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)			
3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	4.17 (มาก)	4.04 (มาก)	3.93 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)			

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และ อาชีพข้าราชการ มี  
ความพึงพอใจลำดับแรก คือ การส่งสินค้าตรงตามเวลา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และ อาชีพรับจ้างทั่วไป มีความพึง  
พอใจลำดับแรก คือ มีการสรุปค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ขบวนการใน  
การให้สมัครและอนุมัติสินเชื่อรวดเร็วและถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ การส่ง  
สินค้าอย่างถูกต้อง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจ ลำดับแรกคือ มีการสรุปค่าใช้จ่าย  
อย่างชัดเจน และการส่งสินค้าตรงตามเวลา มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำนวนตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ									
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	รับจ้างทั่วไป/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม		
ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.64 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.73 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.73 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.08 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 4.10 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.91 (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)		
ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ ของสินค้าบริการ	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)		
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.36 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)		
ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่นำมาใช้ บริการ เช่น คอมพิวเตอร์	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)		
การตกแต่งร้านและบรรยากาศภายใน ร้าน	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.73 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)		
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>		

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน และการตกแต่งร้านและบรรยากาศภายในร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความกว้างขวางและสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจลำดับแรก คือ ความเป็นระเบียบและเป็นหมวดหมู่ของสินค้า/บริการ และความสะอาดของสถานที่จอดรถ มากกว่าด้านอื่น

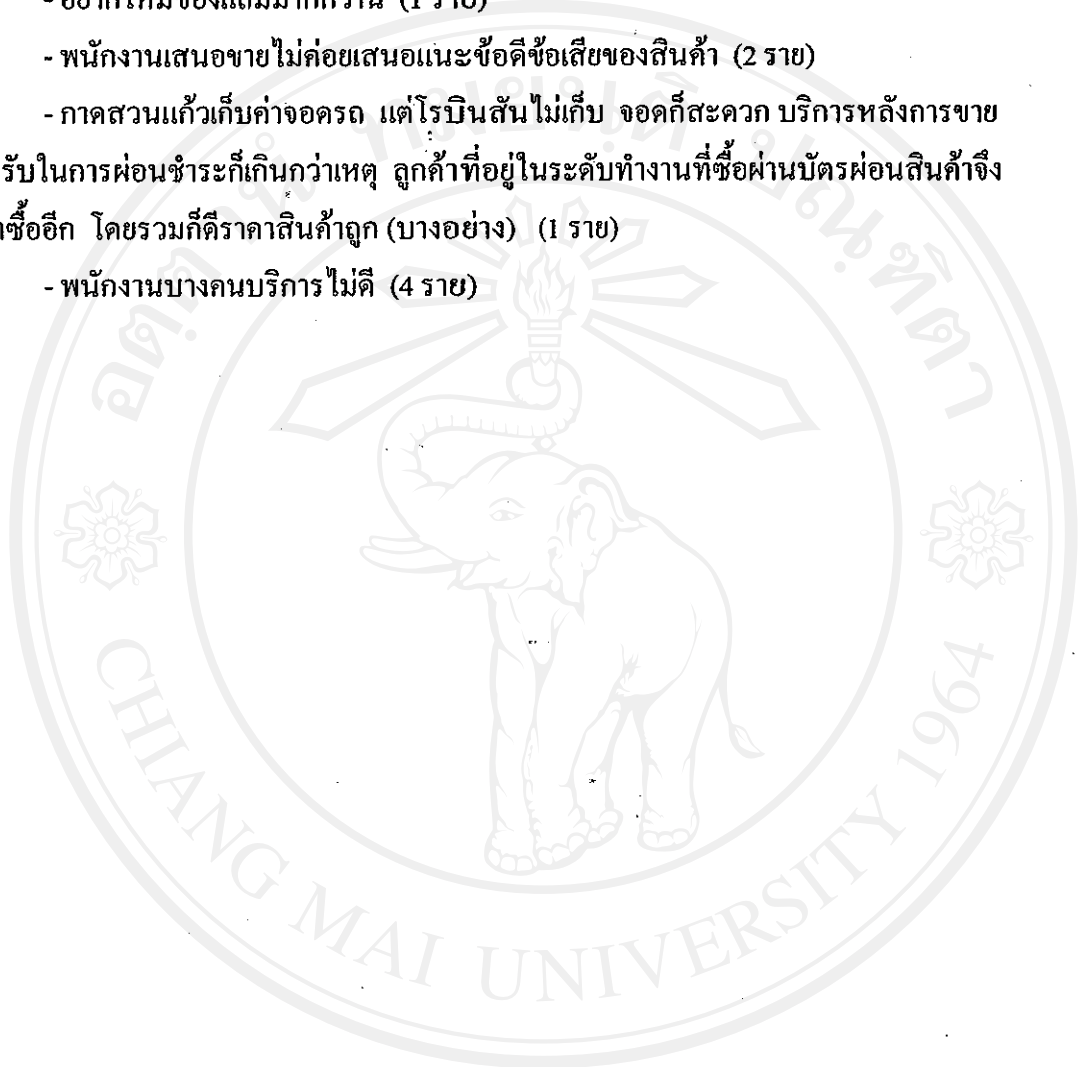
## ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม ได้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ ดังนี้

- อยากให้พนักงานดูแลลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน ใช้งานที่สุภาพ เวลาที่ลูกค้ามีปัญหาควรหาทางแก้ไข ไม่ใช่โยนความผิดให้ลูกค้า ถ้าปรับปรุงตรงนี้ได้ด้านบริการน่าจะดีขึ้น (1 ราย)
- อยากให้มีการผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิต 0% ในสินค้ารุ่นใหม่เช่น โทรศัพท์มือถือทีวี (1 ราย)
- น่าจะมีสาขามากกว่านี้ หรือจัดอยู่ในชั้นล่างที่ไปมาสะดวก อยู่ในชั้นที่เป็นจุดที่ต้องหาไกลอยากให้อยู่ชั้นล่าง (2 ราย)
- สินค้าบางตัวไม่มีของในสต็อก มีแต่ตัวโชว์พอตัดสินใจจะเขาก็ต้องรอสินค้าตัวนั้น (2 ราย)
- ที่จอดรถทำให้เสียค่าใช้จ่าย (32 ราย)
- สถานที่คับแคบ จัดสินค้าไม่ค่อยสวยงาม (4)
- การผ่อนชำระจะชำระผ่านบัตรอื่นได้ด้วย (1 ราย)
- สินค้าบางรุ่นมีไม่ครบจำนวนสินค้าที่ลูกค้าต้องการ (3 ราย)
- ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่นถ้าเปรียบเทียบกับห้างอื่น (1 ราย)
- ถ้าใครมาใช้บริการแล้วค่าจอดรถน่าจะได้คืน (5 ราย)
- ดอกเบี้ย 0% น่าจะมีสำหรับคนที่ผ่อน 3-6 เดือนตลอด (2 ราย)
- ยี่ห้อเครื่องเสียงน่าจะมียี่ห้ออื่น โดยเจ้ายี่ห้อโซนี่ และพานาโซนิค (1 ราย)
- บางจุดมีสินค้ามากเกินไปดูแล้วไม่น่าซื้อ (2 ราย)
- อยากให้พนักงานบริการทั่วถึง และสนใจลูกค้ามากกว่านี้ (3 ราย)
- น่าจะมีการโฆษณาให้ทั่วถึงทุกสื่อ ทีวี หนังสือพิมพ์ วิทยุ โดยเฉพาะวิทยุควรจะทำด้านนี้เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด ทุกกลุ่ม ครอบคลุม (1 ราย)
- การโฆษณาไม่ทั่วถึง ควรมีการโฆษณาทางป้ายมากขึ้น (3 ราย)
- ควรจัดสถานที่ให้กว้างขวางกว่านี้ มีของมาขายให้เยอะ เช่น โทรศัพท์ก็ควรมีทุกรุ่น บางรุ่นก็ไม่มี สินค้าใหม่มักขาดตลาดเสมอ เช่น กล้องถ่ายรูปดิจิตอล ก็มีน้อย มีให้เลือกไม่เยอะ (1 ราย)



- อยากให้มีบริการเสริมอื่น เช่น ถ่ายเอกสาร (2 ราย)
- สินค้าบางตัวลดราคามากแต่ของไม่มีเพียงพอ ต่อความต้องการ (3 ราย)
- อยากให้มีของแถมมากกว่านี้ (1 ราย)
- พนักงานเสนอขายไม่ค่อยเสนอแนะข้อดีข้อเสียของสินค้า (2 ราย)
- ภาคสวนแก้วเก็บค่าจอดรถ แต่โรบินสันไม่เก็บ จอดก็สะดวก บริการหลังการขายไม่ดี ค่าปรับในการผ่อนชำระก็เกินกว่าเหตุ ลูกค้าที่อยู่ในระดับทำงานที่ซื้อผ่านบัตรผ่อนสินค้าจึงไม่กลับมาซื้ออีก โดยรวมก็ดีราคาสินค้าถูก (บางอย่าง) (1 ราย)
- พนักงานบางคนบริการไม่ดี (4 ราย)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved