

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เขตที่พักอาศัย ประเภททองรูปพรรณที่เคาะซื้อ ผู้นำหนักทองรูปพรรณที่ซื้อ ความถี่ในการใช้บริการร้านทองรูปพรรณ บริการที่ใช้ในร้านทองรูปพรรณ สิ่งที่ทำให้รู้จักร้านทองรูปพรรณ มีร้านประจำหรือไม่ มีการเปรียบเทียบราคาทองรูปพรรณหรือไม่ เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ (ตารางที่ 1 - 15)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ (ตารางที่ 16 - 23)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เขตที่พักอาศัย (ตารางที่ 24 -65)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบ ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ (ตารางที่ 66 - 72)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	41.67
หญิง	140	58.33
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.33 เป็นเพศชาย ร้อยละ 41.67

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	9	3.75
21 – 29 ปี	113	47.08
30 – 39 ปี	75	31.25
40 – 49 ปี	29	12.08
50 – 59 ปี	11	4.58
60 ปี ขึ้นไป	3	1.25
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 21 – 29 ปี ร้อยละ 47.08 รองลงมา อายุ 30 – 39 ปี ร้อยละ 31.25 อายุ 40 – 49 ปี ร้อยละ 12.08 อายุ 50 – 59 ปี ร้อยละ 4.58 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3.75 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	15	6.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ เทียบเท่า	94	39.17
อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	36	15.00
ปริญญาตรี	86	35.83
สูงกว่าปริญญาตรี	9	3.75
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ เทียบเท่า ร้อยละ 39.17 รองลงมา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 35.83 ระดับอนุปริญญา หรือ เทียบเท่า ร้อยละ 15.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า ร้อยละ 6.25 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	108	45.00
สมรส	125	52.08
หม้าย /หย่าร้าง	7	2.92
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 52.08 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 45.00 และสถานภาพ หม้าย /หย่าร้าง ร้อยละ 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	95	39.58
10,000-20,000 บาท	84	35.00
20,001 – 30,000 บาท	34	14.17
30,001 – 40,000 บาท	8	3.33
40,001 – 50,000 บาท	7	2.92
ตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป	12	5.00
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 39.58 รองลงมา มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 35.00 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 14.17 มีรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 5.00 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 3.33 และมีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงาน หรือ ลูกจ้างบริษัท	140	58.33
รับราชการ	20	8.33
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	3.75
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	50	20.83
เกษตรกร	4	1.67
นักเรียน / นักศึกษา	5	2.08
อาชีพอิสระ	12	5.00
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพพนักงาน หรือ ลูกจ้างบริษัท ร้อยละ 58.33 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ร้อยละ 20.83 มีอาชีพ รับราชการ ร้อยละ 8.33 มีอาชีพ อิสระ ร้อยละ 5.00 มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.75 มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 2.08 และมีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตที่อาศัย

เขตที่พำนักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
เขตอำเภอเมือง	207	86.25
เขตอำเภออื่นๆ	15	6.25
อาศัยอยู่ต่างจังหวัด	18	7.50
รวม	240	100.00

หมายเหตุ : เขตอำเภออื่นๆ ได้แก่ อำเภอเวียงหนองล่อง 2 ราย อำเภอบ้านไผ่ 4 ราย อำเภอป่าซาง 3 ราย อำเภอ บ้านธิ 2 ราย อำเภอแม่ทา 4 ราย

อาศัยอยู่ต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ 8 ราย จังหวัดลำปาง 6 ราย จังหวัดน่าน 4 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อาศัยอยู่เขตอำเภอเมือง ร้อยละ 86.25 รองลงมา อาศัยอยู่ต่างจังหวัด ร้อยละ 7.50 และอาศัยอยู่เขตอำเภออื่นๆ ร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรูปพรรณที่ เคยซื้อ

ประเภทของรูปพรรณ	จำนวน	ร้อยละ
สร้อยคอ	216	90.00
สร้อยข้อมือ	75	31.25
แหวน	125	52.08
กำไล	31	12.92
ต่างหู	29	12.08
กรอบพระ	36	15.00
จีประดับ	18	7.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อทองรูปพรรณประเภทสร้อยคอ ร้อยละ 90.00 รองลงมาประเภท แหวน ร้อยละ 52.08 ประเภทสร้อยข้อมือ ร้อยละ 31.25 ประเภทครอบพระ ร้อยละ 15.00 ประเภทกำไล ร้อยละ 12.92 ประเภทต่างหู ร้อยละ 12.08 และประเภทจี้ประดับ ร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองรูปพรรณที่ เคยซื้อ

น้ำหนักทองรูปพรรณ	จำนวน	ร้อยละ
1 สลึง	73	30.42
2 สลึง	132	55.00
1 บาท	153	63.75
2 บาท	52	21.67
3 บาท	21	8.75
4 บาท	15	6.25
มากกว่า 4 บาทขึ้นไป	6	2.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อทองรูปพรรณน้ำหนัก 1 บาท ร้อยละ 63.75 รองลงมาน้ำหนัก 2 สลึง ร้อยละ 55.00 น้ำหนัก 1 สลึง ร้อยละ 30.42 น้ำหนัก 2 บาท ร้อยละ 21.67 น้ำหนัก 3 บาท ร้อยละ 8.75 น้ำหนัก 4 บาท ร้อยละ 6.25 และน้ำหนักมากกว่า 4 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้าทอง	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 1 ครั้ง	27	11.25
เดือนละ 2 ครั้ง	15	6.25
2 – 3 เดือนต่อครั้ง	37	15.42
3 – 6 เดือนต่อครั้ง	30	12.50
7 เดือน – 1 ปี ต่อครั้ง	82	34.17
2 – 3 ปี ต่อครั้ง	26	10.83
อื่นๆ	23	9.58
รวม	240	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ แล้วยแต่โอกาส 19 ราย นานๆ ครั้ง 2 ราย นานกว่า 4 ปี 1 ราย และ 10 ปีต่อครั้ง 1 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ 7 เดือน – 1 ปี ต่อครั้ง ร้อยละ 34.17 รองลงมาใช้บริการ 2 – 3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 15.42 ใช้บริการ 3 – 6 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 12.50 ใช้บริการ เดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 11.25 ใช้บริการ 2 – 3 ปี ต่อครั้ง ร้อยละ 10.83 ใช้บริการในความถี่อื่นๆ ร้อยละ 9.58 และใช้บริการ เดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ

การให้บริการร้านค้าทอง	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อซื้อทองรูปพรรณ	220	91.67
เพื่อเปลี่ยนลวดลาย/แบบ/น้ำหนักของทองคำรูปพรรณ	144	60.00
เพื่อขายทองรูปพรรณหรือทองคำแท่ง	42	17.50
เพื่อซ่อมแซม ชักเงา	19	7.92
เพื่อสั่งทำทองคำรูปพรรณ	15	6.25
เพื่อจำหน่ายทองรูปพรรณ หรือ ทองคำแท่ง	56	23.33

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณเพื่อซื้อทองรูปพรรณ ร้อยละ 91.67 รองลงมาเพื่อเปลี่ยนลวดลาย/แบบ/น้ำหนักของทองคำรูปพรรณ ร้อยละ 60.00 เพื่อจำหน่ายทองรูปพรรณ หรือ ทองคำแท่ง ร้อยละ 23.33 เพื่อขายทองรูปพรรณหรือทองคำแท่ง ร้อยละ 17.50 เพื่อซ่อมแซม ชักเงา ร้อยละ 7.92 และเพื่อสั่งทำทองคำรูปพรรณ ร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อโฆษณาที่ทำให้รู้จักร้านทองรูปพรรณที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	7	2.92
วิทยุ	31	12.92
ใบปลิว	12	5.00
ญาติ/พี่น้อง	68	28.33
เพื่อน	123	51.25
ป้ายข้างถนน	68	28.33
ป้ายหน้าร้าน	172	71.67
อื่นๆ	7	2.92

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ความคุ้นเคยเพราะอยู่ข้างบ้าน 7 ราย

: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักร้านทองรูปพรรณที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน จากสื่อป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 71.67 รองลงมารู้จักจากเพื่อน ร้อยละ 51.25 ญาติ/พี่น้อง และป้ายข้างถนน ร้อยละ 28.33 วิทยุ ร้อยละ 12.92 ใบปลิว ร้อยละ 5.00 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และอื่นๆ ร้อยละ 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการร้านค้า
ของรูปพรรณร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ

การใช้บริการร้านค้าของร้านใดร้านหนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านประจำ	177	73.75
ไม่มีร้านประจำ	63	26.25
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณร้านใดร้านหนึ่ง
เป็นประจำ ร้อยละ 73.75 และ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 26.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคา
ของรูปพรรณก่อนการเลือกใช้บริการ

การเปรียบเทียบราคาก่อนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีการเปรียบเทียบ	179	74.58
ไม่มีการเปรียบเทียบ	61	25.42
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการเปรียบเทียบราคาของรูปพรรณก่อนการ
เลือกใช้บริการ ร้อยละ 74.58 รองลงมาไม่มีการเปรียบเทียบ ร้อยละ 25.42

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้
บริการร้านค้าทองรูปพรรณ ที่ใช้บริการในปัจจุบัน

เหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ไปมาสะดวก	143	59.58
เป็นร้านค้าที่มีบริการที่ดี	192	80.00
เป็นร้านค้าที่มีเปอร์เซ็นต์ทองสูง และน้ำหนักทองได้มาตรฐาน	186	77.50
เป็นร้านค้าที่คุ้นเคย และรู้จักเจ้าของร้าน	96	40.00
เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงมานาน	78	32.50
เป็นร้านที่มีการรักษาความปลอดภัยสูง	66	27.50
เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	151	62.92
เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบลวดลายแปลกใหม่ทันสมัยไม่ซ้ำกับร้านอื่น	125	52.08
เป็นร้านค้าที่มีการคิดป้ายราคาที่แน่นอน	70	29.17
เป็นร้านค้าที่ราคาต่อรองกันได้	129	53.75
เป็นร้านค้าที่มีพนักงานขายเพียงพอในการให้บริการ	59	24.58
เป็นร้านค้าที่มีพนักงานขายเพียงพอในการให้บริการ	48	20.00
เป็นร้านค้าที่ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น	22	9.17
เป็นร้านค้าซึ่งเห็นจากโฆษณา	47	19.58
เป็นร้านค้าที่มีรายการ ลด แลก แจก แถม	43	17.92
เป็นร้านค้าที่นำอุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ในการให้บริการที่ทันสมัยมาใช้กับร้านค้า เช่น เครื่องตรวจวัดเปอร์เซ็นต์ทอง	42	17.50
เป็นร้านค้าที่สามารถใช้บัตรเครดิตของทางธนาคารได้	32	13.33
เป็นร้านที่สามารถใช้บัตรเครดิต หรือบัตรสินเชื่อของสถาบันการเงินอื่นๆ ได้เช่น บัตรอโชน	4	1.67

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านค้า
ของรูปพรรณที่ใช้ในปัจจุบัน เพราะเป็นร้านค้าที่มีบริการที่ดี ร้อยละ 80.00 รองลงมาเพราะเป็น
ร้านค้าที่มีเปอร์เซ็นต์ทองสูง และน้ำหนักทองได้มาตรฐาน ร้อยละ 77.50 เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบของ
ทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 62.92 เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ที่ไปมาสะดวก ร้อยละ 59.58
เป็นร้านค้าที่ราคาต่อรองกัน ได้ ร้อยละ 53.75 เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบลวดลายแปลกใหม่ทันสมัยไม่
ซ้ำกับร้านอื่น ร้อยละ 52.08 เป็นร้านค้าที่คุ้นเคย และรู้จักเจ้าของร้าน ร้อยละ 40.00 เป็นร้านค้าที่มี
ชื่อเสียงมานาน ร้อยละ 32.50 เป็นร้านค้าที่มีการติดป้ายราคาที่แน่นอน ร้อยละ 29.17 เป็นร้านที่มี
การรักษาความปลอดภัยสูง ร้อยละ 27.50 เป็นร้านค้าที่มีพนักงานขายเพียงพอในการให้บริการ ร้อย
ละ 24.58 เป็นร้านค้าที่มีพนักงานขายเพียงพอในการให้บริการ ร้อยละ 20.00 เป็นร้านค้าซึ่งเห็นจาก
โฆษณา ร้อยละ 19.58 เป็นร้านค้าที่มีรายการ ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 17.92 เป็นร้านค้าที่นำ
อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ในการให้บริการที่ทันสมัยมาใช้กับร้านค้า เช่น เครื่องตรวจวัด
เปอร์เซ็นต์ทอง ร้อยละ 17.50 เป็นร้านค้าที่สามารถใช้บัตรเครดิตของทางธนาคารได้ ร้อยละ 13.33
เป็นร้านค้าที่ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น ร้อยละ 9.17 และเป็นร้านที่สามารถใช้บัตรเครดิต หรือ
บัตรเงินเชื่อของสถาบันการเงินอื่นๆ ได้เช่น บัตรอโณน ร้อยละ 1.67

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้
บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผล
ต่อการเลือกใช้ใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีรูปแบบ ของทรงรูปพรรณที่ทันสมัย	118 (49.17)	105 (43.75)	16 (6.67)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.41 (มาก)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีรูปแบบให้ เลือกหลากหลาย	104 (43.33)	119 (49.58)	16 (6.67)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.35 (มาก)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการบริการ ซ่อมแซม ถ้าง และขัดเงา ทรงรูปพรรณ	63 (26.25)	119 (49.58)	48 (20.00)	6 (2.50)	4 (1.67)	3.96 (มาก)	11
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการ รับสั่งทำทรงรูปพรรณตามคำสั่ง ตามความต้องการของลูกค้า	77 (32.08)	105 (43.75)	51 (21.25)	3 (1.25)	4 (1.67)	4.03 (มาก)	9
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการ ตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และ น้ำหนักทองคำรูปพรรณ	87 (36.25)	123 (51.25)	29 (12.08)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.23 (มาก)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสินค้าที่ เป็นชื่อคราซีหือทรงรูปพรรณของ ตนเอง	84 (35.00)	121 (50.42)	29 (12.08)	4 (1.67)	2 (0.83)	4.17 (มาก)	7
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีชื่อคราซีหือ ทรงรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง	84 (35.00)	120 (50.00)	28 (11.67)	6 (2.50)	2 (0.83)	4.16 (มาก)	8

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ของทองรูปพรรณที่สวยงาม	69 (28.75)	116 (48.33)	41 (17.08)	7 (2.92)	7 (2.92)	3.97 (มาก)	10
ร้านค้าทองรูปพรรณมีตลาดขายให้เลือกหลากหลาย	108 (45.00)	109 (45.42)	21 (8.75)	1 (0.42)	1 (0.42)	4.34 (มาก)	4
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	106 (44.17)	114 (47.50)	18 (7.50)	0 (0.00)	2 (0.83)	4.35 (มาก)	3
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ	140 (58.33)	82 (34.17)	12 (5.00)	3 (1.25)	3 (1.25)	4.47 (มาก)	1
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกแบบรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ	109 (45.42)	103 (42.92)	25 (10.42)	2 (0.83)	1 (0.42)	4.32 (มาก)	5
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง	84 (35.00)	121 (50.42)	30 (12.50)	1 (0.42)	4 (1.67)	4.17 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.23 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41) ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ร้านค้าทองรูปพรรณมีตลาดขายให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย

4.34) ร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกไปรับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และน้ำหนักทองคำรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ร้านค้าทองรูปพรรณมีสินค้าที่เป็นซื้อตราหื้อทองรูปพรรณของตนเอง และร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง (ค่าเฉลี่ย 4.17) ร้านค้าทองรูปพรรณมีซื้อตราหื้อทองรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.18) ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับสั่งทำทองรูปพรรณตามคำสั่งตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ของทองรูปพรรณที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.97) และร้านค้าทองรูปพรรณมีการบริการซ่อมแซมล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

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 17 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาทรงรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	91 (37.92)	84 (35.00)	30 (12.50)	5 (2.08)	30 (12.50)	3.84 (มาก)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการกำหนด ราคารับซื้อคืนทรงรูปพรรณใน ราคาที่สูง	85 (35.42)	111 (46.25)	37 (15.42)	4 (1.67)	3 (1.25)	4.13 (มาก)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการ ผ่อนชำระการซื้อทรงรูปพรรณ	34 (14.17)	81 (33.75)	86 (35.83)	22 (9.17)	17 (7.08)	3.39 (ปานกลาง)	9
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาที่สามารถ ต่อรองได้	61 (25.42)	120 (50.00)	47 (19.58)	11 (4.58)	1 (0.42)	3.95 (มาก)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคา กำหนดหรือค่ารูปแบบลวดลายที่ ต่ำ	68 (28.33)	95 (39.58)	68 (28.33)	8 (3.33)	1 (0.42)	3.92 (มาก)	5
ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน	63 (26.25)	76 (31.67)	54 (22.50)	4 (1.67)	43 (17.92)	3.47 (ปานกลาง)	8
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายแสดง ราคาซื้อ-ขาย ทรงรูปพรรณอย่าง ชัดเจน	130 (54.17)	88 (36.67)	16 (6.67)	4 (1.67)	2 (0.83)	4.42 (มาก)	1
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาตาม ท้องตลาด	69 (28.75)	143 (59.58)	23 (9.58)	4 (1.67)	1 (0.42)	4.15 (มาก)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคา ดอกเบี้ยรับจำนำที่ต่ำ	50 (20.83)	109 (45.42)	66 (27.50)	9 (3.75)	6 (2.50)	3.78 (มาก)	7
ร้านค้าทรงรูปพรรณสามารถใช้ บัตรเครดิตของทางธนาคารได้	36 (15.00)	79 (32.92)	78 (32.50)	26 (10.83)	21 (8.75)	3.35 (ปานกลาง)	10
ร้านค้าทรงรูปพรรณสามารถใช้ บัตรเครดิตหรือบัตรสินเชื่อจาก สถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอโณน	30 (12.50)	68 (28.33)	77 (32.08)	34 (14.17)	31 (12.92)	3.13 (ปานกลาง)	11
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาตามท้องตลาด(ค่าเฉลี่ย 4.15) ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนดราคา รับซื้อคืนทองรูปพรรณในราคาที่สูง (ค่าเฉลี่ย 4.13) ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาที่สามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาต่ำกำหนดหรือค่ารูปแบบลวดลายที่ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาดอกเบี้ยรับจำหน่ายที่ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการผ่อนชำระการซื้อทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้บัตรเครดิตของทางธนาคารได้ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และ ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเงินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอโชน (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก	151 (62.92)	82 (34.17)	4 (1.67)	2 (0.83)	1 (0.42)	4.58 (มากที่สุด)	1
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	143 (59.58)	86 (35.83)	10 (4.17)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.55 (มากที่สุด)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	105 (43.75)	112 (46.67)	21 (8.75)	2 (0.83)	0 (0.00)	4.33 (มาก)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	60 (25.00)	94 (39.17)	77 (32.08)	7 (2.92)	2 (0.83)	3.85 (มาก)	8
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	90 (37.50)	104 (43.33)	38 (15.83)	7 (2.92)	1 (0.42)	4.15 (มาก)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	86 (35.83)	118 (49.17)	32 (13.33)	4 (1.67)	0 (0.00)	4.19 (มาก)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	81 (33.75)	122 (50.83)	33 (13.75)	3 (1.25)	1 (0.42)	4.16 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.26 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ร้านค้าทองรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ร้านค้าทองรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ร้านค้าทองรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ร้านค้าทองรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ	35 (14.58)	92 (38.33)	67 (27.92)	35 (14.58)	11 (4.58)	3.44 (ปานกลาง)	6
ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนวนที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด	43 (17.92)	92 (38.33)	70 (29.17)	29 (12.08)	6 (2.50)	3.57 (มาก)	4
ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	45 (18.75)	83 (34.58)	83 (34.58)	25 (10.42)	4 (1.67)	3.58 (มาก)	3
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	43 (17.92)	81 (33.75)	85 (35.42)	26 (10.83)	5 (2.08)	3.55 (มาก)	5
ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	55 (22.92)	92 (38.33)	76 (31.67)	12 (5.00)	5 (2.08)	3.75 (มาก)	1
ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	55 (22.92)	79 (32.92)	63 (26.25)	38 (15.83)	5 (2.08)	3.59 (มาก)	2
ร้านค้าของรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	42 (17.50)	58 (24.17)	82 (34.17)	42 (17.50)	16 (6.67)	3.28 (ปานกลาง)	8

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทอง รูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	37 (15.42)	50 (20.83)	68 (28.33)	65 (27.08)	20 (8.33)	3.08 (ปานกลาง)	9
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	41 (17.08)	77 (32.08)	69 (28.75)	38 (15.83)	15 (6.25)	3.38 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.47 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในมาก ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.59) ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำเหน็จทองรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้มาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมาคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ร้านค้าของรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.28) ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอภัยาศัยไมตรีที่ดี	138 (57.50)	94 (39.17)	5 (2.08)	1 (0.42)	2 (0.83)	4.52 (มากที่สุด)	1
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายเพียงพอ	105 (43.75)	116 (48.33)	16 (6.67)	2 (0.83)	1 (0.42)	4.34 (มาก)	4
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี	115 (47.92)	100 (41.67)	23 (9.58)	1 (0.42)	1 (0.42)	4.36 (มาก)	3
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ	115 (47.92)	105 (43.75)	19 (7.92)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.39 (มาก)	2
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	115 (47.92)	105 (43.75)	19 (7.92)	0 (0.00)	1 (0.42)	4.39 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.40 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอภัยาศัยไมตรีที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.52) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ และ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.36) และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบรรยากาศใน ร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม	115 (47.92)	95 (39.58)	24 (10.00)	3 (1.25)	3 (1.25)	4.32 (มาก)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีแสงสว่าง เพียงพอภายในร้าน	118 (49.17)	110 (45.83)	7 (2.92)	3 (1.25)	2 (0.83)	4.41 (มาก)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการรักษาความ ปลอดภัยอย่างดี	84 (35.00)	125 (52.08)	27 (11.25)	1 (0.42)	3 (1.25)	4.19 (มาก)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง	104 (43.33)	95 (39.58)	37 (15.42)	2 (0.83)	2 (0.83)	4.24 (มาก)	5
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือ สัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาด ใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย	137 (57.08)	87 (36.25)	12 (5.00)	2 (0.83)	2 (0.83)	4.48 (มาก)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดง เป็นหลักในการตกแต่งร้าน	164 (68.33)	58 (24.17)	12 (5.00)	3 (1.25)	3 (1.25)	4.57 (มากที่สุด)	1
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง	76 (31.67)	114 (47.50)	34 (14.17)	12 (5.00)	4 (1.67)	4.03 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.32 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อ

หรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ร้านค้า
 ทองรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.41) ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรยากาศใน
 ร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.32) ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้าน
 กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.24) ร้านค้าทองรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.19)
 และร้านค้าทองรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง
 (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผล
 ต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้าน
 กระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณทำ ทองรูปพรรณตรงตามการสั่ง ของลูกค้า	109 (45.42)	94 (39.17)	31 (12.92)	3 (1.25)	3 (1.25)	4.26 (มาก)	4
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการส่ง มอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	101 (42.08)	108 (45.00)	24 (10.00)	4 (1.67)	3 (1.25)	4.25 (มาก)	5
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการที่ สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพ ดี	106 (44.17)	110 (45.83)	20 (8.33)	1 (0.42)	3 (1.25)	4.31 (มาก)	2
ร้านค้าทองรูปพรรณคิดราคา ทองรูปพรรณได้ถูกต้อง	108 (45.00)	103 (42.92)	25 (10.42)	0 (0.00)	4 (1.67)	4.30 (มาก)	3
ร้านค้าทองรูปพรรณคิด น้ำหนักทองรูปพรรณได้ ถูกต้อง	110 (45.83)	105 (43.75)	21 (8.75)	0 (0.00)	4 (1.67)	4.32 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.29 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในมาก ลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณคิมน้ำหนักทองรูปพรรณได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ร้านค้าทองรูปพรรณคิดราคาทองรูปพรรณได้ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ร้านค้าทองรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) และร้านค้าทองรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	ปานกลาง
ด้านราคา	3.77	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	มาก
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	4.26	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.29	มาก
ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.32	มาก
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	4.40	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา และมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้า
ทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผล
ต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทอง รูปพรรณที่ทันสมัย	4.51 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย	4.45 (มาก)	4.29 (มาก)	4.35 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการบริการซ่อมแซม ถ้าง และขัดเงา ทองรูปพรรณ	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับสั่งทำทองรูป พรรณตามคำสั่งตามความต้องการของลูกค้า	4.17 (มาก)	3.94 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และ น้ำหนักทองคำรูปพรรณ	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีสินค้าที่เป็นชื่อตราหือ ทองรูปพรรณของตนเอง	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อตราหือทองรูปพรรณของร้านที่ มีชื่อเสียง	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ของทองรูปพรรณที่ สวยงาม	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทอง รูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	4.43 (มาก)	4.29 (มาก)	4.35 (มาก)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกใบรับประกัน เปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง	4.23 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น และเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการกำหนดราคาปรับขึ้น ของรูปพรรณในราคาที่สูง	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการผ่อนชำระการซื้อ ของรูปพรรณ	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาที่สามารถต่อรองได้	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาคำกำหนดหรือค่ารูปแบบ ลวดลายที่ต่ำ	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทองแห่ง ณ ปัจจุบัน	3.37 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ของรูปพรรณอย่างชัดเจน	4.33 (มาก)	4.48 (มาก)	4.42 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาตามท้องตลาด	4.03 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาดอกเบี้ยรับจำหน่ายที่ต่ำ	3.75 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณสามารถใช้บัตรเครดิตของทาง ธนาคารได้	3.28 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณสามารถใช้บัตรเครดิตหรือบัตร สินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอิออน	3.03 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตาม เพศ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก	4.54 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.51 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.15 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.18 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีจ้ยย่อยพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นสถานีวิทยุ	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ได้ออนก่อนกำหนด	3.50 (มาก)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการลดค่ากำเหน็จทองรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.55 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าทองรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.28 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับและให้บริการโดยอخصัยไมตรีที่ดี	4.54 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายเพียงพอ	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี	4.39 (มาก)	4.34 (มาก)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42 (มาก)	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันพบว่าทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอธยาศัยไมตรีที่ดี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม	4.40 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน	4.47 (มาก)	4.37 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย	4.52 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.48 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน	4.61 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง	3.93 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำของรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.35 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

และเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของ ทองรูปพรรณที่ทันสมัย	4.67 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้ เลือกหลากหลาย	4.78 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)	4.49 (มาก)	4.38 (มาก)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการบริการ ซ่อมแซม ล้าง และขัดเงา ทองรูปพรรณ	4.22 (มาก)	3.77 (มาก)	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.96 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับสั่ง ทำทองรูปพรรณตามคำสั่งตามความ ต้องการของลูกค้า	4.22 (มาก)	3.81 (มาก)	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.18 (มาก)	4.33 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการ ตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และน้ำหนัก ทองคำรูปพรรณ	4.67 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.37 (มาก)	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีสินค้าที่เป็น ชื่อตราหรือชื่อทองรูปพรรณของตนเอง	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อตราหรือ ทองรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง	4.44 (มาก)	4.03 (มาก)	4.20 (มาก)	4.34 (มาก)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ ของทองรูปพรรณที่สวยงาม	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	4.10 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีตลาดช่วยให้ เลือกหลากหลาย	4.44 (มาก)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)	4.34 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของ ทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	4.44 (มาก)	4.26 (มาก)	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับ จำหน่ายทองรูปพรรณ	4.67 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.47 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกไป รับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและ น้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อเสียงของ ร้านค้าทอง	4.33 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43 (มาก)	4.12 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.38 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 21 -29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 30 -39 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 40 -49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย และร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย และร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย มากกว่าเรื่องอื่น

อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้า
ของรูปพรรณมีการบริการซ่อมแซม ล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อ
การเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)	3.93 (มาก)	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนด ราคารับซื้อคืนทองรูปพรรณใน ราคาที่สูง	4.33 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	4.34 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการ ผ่อนชำระการซื้อทองรูปพรรณ	3.67 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาที่สามารถ ต่อรองได้	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	4.24 (มาก)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคา กำหนดหรือค่ารูปแบบตลาดที่ ต่ำ	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดง ราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่าง ชัดเจน	4.22 (มาก)	4.36 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.27 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาตาม ท้องตลาด	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	4.31 (มาก)	3.91 (มาก)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคา คอกเบี้ยรับจำหน่ายที่ต่ำ	3.44 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้ บัตรเครดิตของทางธนาคารได้	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้บัตรเครดิตหรือบัตรสินเชื่อกจากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอโชน	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนดราคารับซื้อคืนทองรูปพรรณในราคาที่สูงมากกว่าเรื่องอื่น
 อายุระหว่าง 21 -49 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น
 อายุระหว่าง 30 -39 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน
 อายุระหว่าง 40 - 49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน
 และอายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก	4.44 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.67 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.44 (มาก)	4.24 (มาก)	4.35 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	4.33 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.33 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)	4.41 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.44 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	4.34 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)	4.52 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 21 -29 ปี และ 40 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 30 -39 ปี และ60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก และร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.33 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	3.44 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.11 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษา โดยให้ความรู้ด้านของรูปพรรณ แก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	2.89 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาของรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 30 -49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21 -29 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 21 -49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี มากกว่าเรื่องอื่น

และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด และร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอัยาศัยไมตรีที่ดี	4.67 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายเพียงพอ	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	4.21 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี	4.44 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.31 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ	4.56 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.56 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.40 (มาก)	4.41 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21 -49 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 30 -49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด และอายุระหว่าง 21- 29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรกคือร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอัยาศัยไมตรีที่ดี มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายเพียงพอ และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี มากกว่าเรื่องอื่น

และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้า
 ทองรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการโดยอخصยาชัยไมตรีที่ดี ร้านค้า
 ทองรูปพรรณมีพนักงานขายเพียงพอ และร้านค้าทองรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่อง
 ทองรูปพรรณเป็นอย่างดี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการ
 นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง
 จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรยากาศใน ร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.41 (มาก)	4.14 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีแสงสว่าง เพียงพอภายในร้าน	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)	4.47 (มาก)	4.41 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการรักษา ความปลอดภัยอย่างดี	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.17 (มาก)	4.45 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือ สัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาด ใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย	4.44 (มาก)	4.42 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการใช้สีแดง เป็นหลักในการตกแต่งร้าน	4.67 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.45 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง	3.78 (มาก)	4.11 (มาก)	3.88 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 21 - 59 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปีจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 30 -39 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21- 29 ปี และ 40 -49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในลำดับแรก คือ คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน ร้านค้าของรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี และร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย มากกว่าเรื่องอื่น

และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง และร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ						
	< 20	21-29	30-39	40-49	50-59	≥60	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำ ของรูปพรรณตรงตามการสั่งของ ลูกค้า	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.38 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่ง มอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่ สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.33 (มาก)	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคา ของรูปพรรณ ได้ถูกต้อง	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดน้ำหนัก ของรูปพรรณ ได้ถูกต้อง	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)	4.37 (มาก)	4.38 (มาก)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31 (มาก)	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	4.49 (มาก)	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้องและร้านค้าของรูปพรรณคติน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 21 -29 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 30 -39 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคติน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 40 -49 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้า
ของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา และร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก
รวดเร็ว และมีคุณภาพดี มากกว่าเรื่องอื่น

อายุระหว่าง 50 -59 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้า
ของรูปพรรณทำของรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า และร้านค้าของรูปพรรณคิดราคา
ของรูปพรรณได้ถูกต้องมากกว่าเรื่องอื่น

และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้า
ของรูปพรรณทำของรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณ
ได้ถูกต้อง และร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผล
ต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา ๑	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีรูปแบบของทอ รูปพรรณที่ทันสมัย	4.07 (มาก)	4.41 (มาก)	4.44 (มาก)	4.48 (มาก)	4.22 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือก หลากหลาย	4.07 (มาก)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการบริการ ซ่อมแซม ถ้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ	3.53 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการรับสั่งทำ ทองรูปพรรณตามคำสั่งตามความ ต้องการของลูกค้า	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการ ตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และน้ำหนัก ทองคำรูปพรรณ	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)	4.31 (มาก)	4.28 (มาก)	3.89 (มาก)	4.23 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสินค้าที่เป็นชื่อ ตรายี่ห้อทองรูปพรรณของตนเอง	3.87 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	4.17 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีชื่อตรายี่ห้อ ทองรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง	3.87 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ของ ทองรูปพรรณที่สวยงาม	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีลวดลายให้เลือก หลากหลาย	4.07 (มาก)	4.28 (มาก)	4.31 (มาก)	4.47 (มาก)	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีขนาดของทอง รูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	4.40 (มาก)	4.27 (มาก)	4.44 (มาก)	4.43 (มาก)	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับ จำหน่ายของรูปพรรณ	4.53 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.47 (มาก)	4.47 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการออกไป รับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและ น้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.53 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)	4.11 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีชื่อเสียงของ ร้านค้าทอง	4.20 (มาก)	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายของรูปพรรณ และร้านค้าของรูปพรรณมีการออกไปรับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายของรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	4.07 (มาก)	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการกำหนด ราคารับซื้อคืนของรูปพรรณในราคา ที่สูง	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการผ่อน ชำระการซื้อของรูปพรรณ	3.47 (มาก)	3.47 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาที่สามารถ ต่อรองได้	4.13 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคา กำหนดหรือค่ารูปแบบสวดลายที่ต่ำ	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)	4.44 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทองแห่ง ณ ปัจจุบัน	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.42 (มาก)	3.43 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดง ราคาซื้อ-ขาย ของรูปพรรณอย่าง ชัดเจน	4.33 (มาก)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)	4.48 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคาตาม ท้องตลาด	4.27 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีราคา คอกเบ็ชรับจำหน่ายที่ต่ำ	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณสามารถใช้บัตร เครดิตของทางธนาคารได้	3.33 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณสามารถใช้บัตร เครดิตหรือบัตรเครดิตอื่นจากสถาบัน การเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอออน	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จนถึงปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ของรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก	4.40 (มาก)	4.48 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.53 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	3.89 (มาก)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.76 (มาก)	3.56 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.07 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	3.78 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.31 (มาก)	4.15 (มาก)	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)	3.83 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับ การศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จนถึงปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ และร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นสถานีวิทยุ	4.07 (มาก)	3.54 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ต่ำกว่าก่อนกำหนด	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.94 (มาก)	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	3.40 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษา โดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	2.93 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการ ติดต่อสอบถามราคา ของรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	3.20 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า หรือต่ำกว่า และปริญญาตรี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า จนถึงสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา 1	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ขายที่ให้การต้อนรับ และ ให้บริการ โดยอخصาศัย ไมตรีที่ดี	4.60 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ขายเพียงพอ	4.40 (มาก)	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณ เป็นอย่างดี	4.53 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)	4.36 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ขายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ให้บริการอย่างเสมอภาค	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.49 (มาก)	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)	4.45 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จนถึงปริญญาตรี ให้ความสำคัญ
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำ
กว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับ
แรกคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอخصาศัย ไมตรีที่ดี
มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศ ในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่ สวยงาม	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.47 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่าง เพียงพอภายในร้าน	4.47 (มาก)	4.30 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษา ความปลอดภัยอย่างดี	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ในร้านกว้างขวาง	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)	4.42 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อ หรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย	4.33 (มาก)	4.43 (มาก)	4.64 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.48 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สี แดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน	4.73 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง	4.47 (มาก)	4.10 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.25 (มาก)	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	3.73 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้านมากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี และร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา					
	≤ ม.ต้น	ม.ปลาย	อนุปริญญา	ป.ตรี	> ป.ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำ ทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของ ลูกค้า	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)	4.38 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบ สินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	4.35 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่ สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.40 (มาก)	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.38 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคา ทองรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดน้ำหนัก ทองรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	4.38 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จนถึงปริญญาตรี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี และ ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี และร้านค้า ของรูปพรรณคิมน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา มากกว่าเรื่องอื่น

การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิมน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของ ทองรูปพรรณที่ทันสมัย	4.42 (มาก)	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือก หลากหลาย	4.37 (มาก)	4.31 (มาก)	4.86 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการบริการ ซ่อมแซม ตัด และขัดเงาทองรูปพรรณ	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับสั่งทำ ทองรูปพรรณตามคำสั่งตามความ ต้องการของลูกค้า	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.43 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการ ตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และน้ำหนัก ทองคำรูปพรรณ	4.19 (มาก)	4.25 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีสินค้าที่เป็นชื่อ ตราหือทองรูปพรรณของตนเอง	4.15 (มาก)	4.19 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อตราหือ ทองรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ของ ทองรูปพรรณที่สวยงาม	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีทวดลายให้เลือก หลากหลาย	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทอง รูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	4.36 (มาก)	4.34 (มาก)	4.43 (มาก)	4.35 (มาก)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ	4.51 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกแบบรับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.42 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านราคา	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนดราคา รับซื้อคืนทองรูปพรรณในราคาที่สูง	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.43 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการผ่อนชำระ การซื้อทองรูปพรรณ	3.43 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาที่สามารถ ต่อรองได้	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	4.29 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาต่ำกำหนด หรือค่ารูปแบบลวดลายที่ต่ำ	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ- ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน	4.52 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาตาม ท้องตลาด	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาดอกเบี้ยรับ จํานาที่ต่ำ	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	4.29 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้บัตร เครดิตของทางธนาคารได้	3.34 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถใช้บัตร เครดิตหรือบัตรเครดิตเงินเชื่อจากสถาบัน การเงินอื่นๆได้ เช่น บัตรอโณน	3.19 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพ โสด หม้าย/หย่าร้าง และสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขายของรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก	4.67 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.63 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.32 (มาก)	4.32 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	4.29 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.22 (มาก)	4.05 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)	4.43 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	4.51 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
สถานภาพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น
ส่วนผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ และร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถ
สะดวกและเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

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) on its back. The lamp has a flame and radiating lines above it. The elephant is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นสถานีวิทยุ	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไต่ถอนก่อนกำหนด	3.63 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.43 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	4.14 (มาก)	3.58 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดชิงโชคหรือแจกของรางวัลสำหรับผู้มาใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.55 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่ใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.83 (มาก)	3.65 (มาก)	4.29 (มาก)	3.75 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	3.44 (มาก)	3.34 (มาก)	3.14 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด หม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด และสมรสให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณ ในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน (People)	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการโดยอخصาศัยไมตรีที่ดี	4.56 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายเพียงพอ	4.36 (มาก)	4.32 (มาก)	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี	4.45 (มาก)	4.28 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่มีมนุษย์สัมพันธ์สุภาพ	4.40 (มาก)	4.37 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.44 (มาก)	4.36 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพ โสดและสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการโดย อัยยาศัยไมตรีที่ดี มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการโดยอัยยาศัยไมตรีที่ดี ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบรรยากาศในร้าน ที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม	4.41 (มาก)	4.22 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอ ภายในร้าน	4.46 (มาก)	4.35 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการรักษาความ ปลอดภัยอย่างดี	4.22 (มาก)	4.14 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีขนาดใหญ่ พื้นที่ ในร้านกว้างขวาง	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	4.43 (มาก)	4.24 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือ สัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่ สังเกตเห็นได้ง่าย	4.55 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็น หลักในการตกแต่งร้าน	4.66 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือ ที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่ง น้ำหนักทอง	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	4.29 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.26 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น ส่วนผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม และร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	สถานภาพ			
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำของรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)	4.43 (มาก)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.37 (มาก)	4.24 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)	4.43 (มาก)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.35 (มาก)	4.28 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	4.23 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ โสด และสมรส ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดและ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีสถานภาพสมรส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักของรูปพรรณได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้า
ของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผล
ต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดย
เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบ ของของรูปพรรณที่ทันสมัย	4.28 (มาก)	4.43 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบให้ เลือกหลากหลาย	4.24 (มาก)	4.36 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการ ซ่อมแซม ล้าง และขัดเงา ของรูปพรรณ	3.80 (มาก)	4.01 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการ รับสั่งทำของรูปพรรณตามคำสั่ง ตามความต้องการของลูกค้า	3.73 (มาก)	4.11 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการ ตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และ น้ำหนักทองคำรูปพรรณ	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.47 (มาก)	4.13 (มาก)	4.43 (มาก)	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสินค้าที่ เป็นชื่อตราชื่อของรูปพรรณของ ตนเอง	4.03 (มาก)	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	4.13 (มาก)	4.29 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีชื่อตราชื่อ ของรูปพรรณของร้านที่มีชื่อเสียง	4.05 (มาก)	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรจุภัณฑ์ ของของรูปพรรณที่สวยงาม	3.93 (มาก)	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	3.75 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.71 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย	4.22 (มาก)	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจํานำทองรูปพรรณ	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	4.42 (มาก)	4.47 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการออกแบบรับประกัน เปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.32 (มาก)	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง	4.05 (มาก)	4.21 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	4.26 (มาก)	4.43 (มาก)	4.13 (มาก)	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาทและรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจํานำทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ร้านค้าของรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจํานำ

ทองรูปพรรณ และร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกใบรับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้อายุเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ทันสมัย ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย และร้านค้าทองรูปพรรณมีการออกใบรับประกัน เพอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีรายได้อายุเฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย และร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดของทองรูปพรรณให้เลือกหลากหลาย มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาทรงรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการกำหนดราคาปรับขึ้นทรงรูปพรรณในราคาที่สูง	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบริการผ่อนชำระการซื้อทรงรูปพรรณ	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาที่สามารถต่อรองได้	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	3.71 (มาก)	4.25 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาค่ากำหนดหรือค่ารูปแบบตลาดที่ต่ำ	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)	4.42 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทรงแห่ง ณ ปัจจุบัน	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขายทรงรูปพรรณอย่างชัดเจน	4.29 (มาก)	4.43 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	3.86 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาตามท้องตลาด	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีราคาคอเบียร์รับจำหน่ายที่ต่ำ	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	4.25 (มาก)	3.78 (มาก)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถ ใช้บัตรเครดิตของทางธนาคาร ได้	3.37 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	2.88 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	3.35 (ปาน กลาง)
ร้านค้าทองรูปพรรณสามารถ ใช้บัตรเครดิตหรือบัตรสินเชื่อ จากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอโณน	3.15 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	2.97 (ปาน กลาง)	2.75 (ปาน กลาง)	2.57 (ปาน กลาง)	2.33 (น้อยที่สุด)	3.13 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.52 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนดคราการรับซื้อคืนทองรูปพรรณในราคาที่สูง มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน และร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาตามท้องตลาด มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก	4.51 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.92 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.48 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	4.29 (มาก)	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.14 (มาก)	4.14 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.33 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)	4.35 (มาก)	4.40 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก และร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก และร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ไถ่ถอนก่อนกำหนด	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	3.58 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณ	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.55 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าทรงรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	4.08 (มาก)	3.75 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี	3.61 (มาก)	3.51 (มาก)	3.56 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)
ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้า	3.18 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษา โดยให้ความรู้ด้านของรูปพรรณ แก่ลูกค้า และผู้ที่สนใจ	3.05 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการติดต่อสอบถามราคาของรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	3.40 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 55 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 20,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 - 40,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการ ในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหน่งทองรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน (People)	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ชายที่ให้การต้อนรับ และ ให้บริการ โดยอخصยาชัยไมตรีที่ดี	4.43 (มาก)	4.49 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.92 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ชายเพียงพอ	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่ มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็น อย่างดี	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ชายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ	4.32 (มาก)	4.37 (มาก)	4.53 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงาน ให้บริการอย่างเสมอภาค	4.28 (มาก)	4.39 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31 (มาก)	4.37 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอخصยาชัยไมตรีที่ดี มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการโดยอخصยาศย์ไมตรีที่ดี และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม	4.16 (มาก)	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน	4.32 (มาก)	4.39 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี	4.05 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดใหญ่พื้นที่ในร้านกว้างขวาง	4.09 (มาก)	4.23 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)	4.24 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย	4.41 (มาก)	4.44 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.48 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแต่งเป็นหลักในการตกแต่งร้าน	4.53 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.17 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนักทอง	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)	4.14 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.49 (มาก)	4.34 (มาก)	4.43 (มาก)	4.37 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000– 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการ ตกแต่งร้านมากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม ร้านค้า ของรูปพรรณมีชื่อเสียงของร้านค้าทอง ร้านค้าของรูปพรรณมีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี และ ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย มากกว่า เรื่องอื่น

ส่วนผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม และ ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน						
	< 10,000	10,000-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	> 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า	4.05 (มาก)	4.27 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	4.30 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดีมากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่ง
ของลูกค้า มากกว่าเรื่องอื่น

ผู้ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า ร้านค้าของรูปพรรณ
มีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา และร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง
มากกว่าเรื่องอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a crown-like ornament on its head. Above the elephant is a traditional Thai umbrella. The emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้า
ของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผล
ต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมี รูปแบบของทองรูปพรรณ ที่ทันสมัย	4.37 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี รูปแบบให้เลือก หลากหลาย	4.28 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.46 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการ บริการซ่อมแซม ต่าง และ ขัดเงาทองรูปพรรณ	3.92 (มาก)	4.25 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.25 (มาก)	3.60 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี บริการรับสั่งทำ ทองรูปพรรณตามคำสั่ง ตามความต้องการของ ลูกค้า	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี บริการตรวจสอบ เปอร์เซ็นต์ และน้ำหนัก ทองคำรูปพรรณ	4.20 (มาก)	4.35 (มาก)	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)	4.23 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี สินค้าที่เป็นของขวัญหรือ ทองรูปพรรณของตนเอง	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อ ตราหรือชื่อของรูปพรรณ ของร้านที่มีชื่อเสียง	4.09 (มาก)	4.35 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมี บรรจุภัณฑ์ของ ทองรูปพรรณที่สวยงาม	3.94 (มาก)	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมี หลากหลายให้เลือก หลากหลาย	4.33 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)	4.46 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมี ขนาดของทอง รูปพรรณให้เลือก หลากหลาย	4.35 (มาก)	4.45 (มาก)	3.78 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.42 (มาก)	4.35 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมี บริการรับจำหน่าย ทองรูปพรรณ	4.50 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)	4.44 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการ ออกใบรับประกัน เปอร์เซ็นต์ทองและ น้ำหนักของทองรูปพรรณ	4.30 (มาก)	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	4.34 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าทองรูปพรรณมี ชื่อเสียงของร้านค้าทอง	4.14 (มาก)	4.35 (มาก)	3.78 (มาก)	4.22 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19 (มาก)	4.42 (มาก)	3.98 (มาก)	4.32 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีจี้ย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท และเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายของรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพรับราชการ และมีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์ และน้ำหนักของทองคำรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีรูปแบบของทองคำรูปพรรณที่ทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการรับจำหน่ายของรูปพรรณ และร้านค้าของรูปพรรณมีการออกใบรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองคำรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ถูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาของรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี การกำหนดราคาปรับซื้อ คืนของรูปพรรณใน ราคาที่สูง	4.06 (มาก)	4.45 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี บริการผ่อนชำระการ ซื้อของรูปพรรณ	3.34 (มาก)	3.95 (มาก)	3.22 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	5.00 (มากที่สุด)	3.00 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมี ราคาที่สามารถต่อรอง ได้	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี ราคาค่ากำเหน็จหรือค่า รูปแบบลวดลายที่ต่ำ	3.83 (มาก)	4.05 (มาก)	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน	3.47 (ปาน กลาง)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	4.00 (มาก)	2.20 (ผล)	3.58 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณมี ป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ของรูปพรรณอย่าง ชัดเจน	4.41 (มาก)	4.40 (มาก)	4.11 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมี ราคาตามท้องตลาด	4.16 (มาก)	4.40 (มาก)	3.67 (มาก)	4.22 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมี ราคาดอกเบี้ยรับจำนำที่ ต่ำ	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	3.11 (ปาน กลาง)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ สามารถใช้บัตรเครดิต ของทางธนาคารได้	3.36 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	4.50 (มากที่สุด)	2.80 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	3.35 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณ สามารถใช้บัตรเครดิต หรือบัตรสินเชื่อจาก สถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอโชน	3.11 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.11 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	4.50 (มากที่สุด)	3.00 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	4.01 (มาก)	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	4.30 (มาก)	3.53 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 60 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียน / นักศึกษา อาชีพอิสระ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ของรูปพรรณอย่างชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณ มีการกำหนดราคารับซื้อคืนของรูปพรรณในราคาที่สูง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมี บริการผ่อนชำระการซื้อของรูปพรรณ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย	อาชีพ							
	พนักงานหรือลูกจ้างบริษัท	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนไปมาสะดวก	4.62 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ	4.56 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ	4.25 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง	3.82 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.40 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	4.11 (มาก)	4.45 (มาก)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.42 (มาก)	4.15 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามรูปแบบเลือกซื้อได้สะดวก	4.16 (มาก)	4.40 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าเพียงพอ	4.11 (มาก)	4.40 (มาก)	3.78 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 (มาก)	4.43 (มาก)	4.13 (มาก)	4.28 (มาก)	3.54 (มาก)	4.14 (มาก)	4.34 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 61 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท รับราชการ และธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ และร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาหลายแห่ง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพนักเรียน /นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไปมาสะดวก และร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการใช้บริการ และร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกสะดวกและมีที่จอดรถ มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนก
ตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ	3.34 (ปาน กลาง)	4.05 (มาก)	3.67 (มาก)	3.42 (ปาน กลาง)	4.25 (มาก)	2.20 (ผล)	3.75 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีส่วนลดอัตรา ดอกเบี้ยจำนำที่ได้ ถอนก่อนกำหนด	3.51 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	4.25 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการลดค่ากำหนัง ของรูปพรรณในบาง โอกาส เช่น วัน ครบขึ้น	3.47 (ปาน กลาง)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	4.25 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.92 (มาก)	3.58 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการจัดชิงโชค หรือ แจกของรางวัล สำหรับผู้ที่มาใช้ บริการร้านค้า ของรูปพรรณ	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.20 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการแจกของที่ระลึก แก่ผู้ที่มาใช้บริการใน ร้านค้าของรูปพรรณ ในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.76 (มาก)	4.25 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนก
ตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการบริการ ตรวจเช็คทองฟรี	3.52 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	2.60 (ปาน กลาง)	3.92 (มาก)	3.59 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ ไม่คิดค่าธรรมเนียม ในการใช้บัตรเครดิต ชำระสินค้า	3.23 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	4.50 (มากที่สุด)	2.80 (ปาน กลาง)	3.17 (มาก)	3.28 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการจัดทำเอกสาร ให้แนะนำ และ ปรึกษาโดยให้ความรู้ ด้านทองรูปพรรณแก่ ลูกค้าและผู้ที่สนใจ	3.04 (ปาน กลาง)	3.60 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	4.50 (มากที่สุด)	1.60 (ผล)	3.50 (มาก)	3.08 (ปาน กลาง)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีบริการติดต่ สอบถามราคา ทองรูปพรรณผ่าน ทางโทรศัพท์	3.39 (ปาน กลาง)	3.85 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.75 (มาก)	2.00 (ผล)	3.67 (มาก)	3.38 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปาน กลาง)	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)	3.42 (ปาน กลาง)	4.33 (มาก)	2.71 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)

จากตารางที่ 62 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น พนักงานหรือลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร และอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าของรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นสถานีวิทยุ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน และร้านค้าของรูปพรรณมีการบริการตรวจเช็คทองฟรี มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	อาชีพ							
	พนักงานหรือลูกจ้างบริษัท	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับและให้บริการโดยอริยาศัยไมตรีที่ดี	4.46 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายเพียงพอ	4.31 (มาก)	4.35 (มาก)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีมนุษย์สัมพันธ์สุภาพ	4.37 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.39 (มาก)	4.45 (มาก)	4.11 (มาก)	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36 (มาก)	4.48 (มาก)	4.24 (มาก)	4.47 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท รัฐบาล พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร และอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท รัฐบาล ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอخصาศัยไมตรีที่ดี มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอخصาศัยไมตรีที่ดี ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายเพียงพอ และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดีมากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการ โดยอخصาศัยไมตรีที่ดี ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานที่มีความรู้เรื่องทองรูปพรรณเป็นอย่างดี ร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์สุภาพ และร้านค้าของรูปพรรณมีพนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค มากกว่าเรื่องอื่น

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Guidance and Presentation)	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีบรรยากาศในร้านที่ ดีและมีการตกแต่งที่ สวยงาม	4.27 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.40 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีแสงสว่างเพียงพอ ภายในร้าน	4.43 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.41 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการรักษาความ ปลอดภัยอย่างดี	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีขนาดใหญ่ พื้นที่ใน ร้านกว้างขวาง	4.21 (มาก)	4.45 (มาก)	3.89 (มาก)	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีป้ายชื่อหรือ สัญลักษณ์ของ สถานที่ตั้งอยู่ขนาด ใหญ่สังเกตได้ง่าย	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.48 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณ มีการใช้สีแดงเป็น หลักในการตกแต่ง ร้าน	4.59 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.58 (มาก ที่สุด)	4.75 (มาก ที่สุด)	4.40 (มาก)	4.33 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้าง และ การนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ							
	พนักงาน หรือ ลูกจ้าง บริษัท	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าทรงรูปพรรณ มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก ทอง	4.04 (มาก)	4.40 (มาก)	4.11 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.09 (มาก)	4.32 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท รับราชการ และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน /นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ลำดับแรก คือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย และร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ดีและมีการตกแต่งที่สวยงาม ร้านค้าทรงรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย และร้านค้าทรงรูปพรรณมีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพอิสรระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีแสงสว่างเพียงพอภายในร้าน และร้านค้าของรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย มากกว่าเรื่องอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ							
	พนักงานหรือลูกจ้างบริษัท	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	เกษตรกร	นักเรียน/นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าของรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า	4.21 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.40 (ปานกลาง)	4.42 (มาก)	4.26 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา	4.21 (มาก)	4.40 (มาก)	3.89 (มาก)	4.32 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี	4.30 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาทองรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.27 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
ร้านค้าของรูปพรรณคือน้ำหนักทองรูปพรรณได้ถูกต้อง	4.31 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)	4.34 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.45 (มาก)	3.98 (มาก)	4.33 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.96 (มาก)	4.43 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 65 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกร ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคราคาทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณทำทองรูปพรรณตรงตามการสั่งของลูกค้า มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพเกษตรกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณคิคราคาทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง และร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพนักเรียน / นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี และร้านค้าของรูปพรรณคิคน้ำหนักทองรูปพรรณ ได้ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ตรงเวลา และร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีคุณภาพดี มากกว่าเรื่องอื่น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบของทองรูปพรรณที่ไม่ทันสมัย	4 (1.67)	21 (8.75)	40 (16.67)	107 (44.58)	68 (28.33)	2.11 (น้อย)	1
ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้เลือกล็กน้อย	3 (1.25)	17 (7.08)	43 (17.92)	100 (41.67)	77 (32.08)	2.04 (น้อย)	3
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการบริการซ่อมแซม ล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ	4 (1.67)	15 (6.25)	42 (17.50)	116 (48.33)	63 (26.25)	2.09 (น้อย)	2
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการรับสั่งทำทองรูปพรรณตามคำสั่งตามความต้องการของลูกค้า	3 (1.25)	12 (5)	46 (19.17)	96 (40)	83 (34.58)	1.98 (น้อย)	7
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการตรวจสอบเปอร์เซ็นต์และน้ำหนักทองคำรูปพรรณ	7 (2.92)	10 (4.17)	44 (18.33)	95 (39.58)	84 (35)	2.00 (น้อย)	5
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีสินค้าที่เป็นชื่อตราหือทองรูปพรรณของตนเอง	2 (0.83)	8 (3.33)	42 (17.50)	110 (45.83)	78 (32.50)	1.94 (น้อย)	9
ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อตราหือทองรูปพรรณไม่เป็นที่รู้จัก	4 (1.67)	7 (2.92)	45 (18.75)	121 (50.42)	63 (26.25)	2.03 (น้อย)	4

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้
บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบรรจุ ภัณฑ์ / ไม่สวยงาม สำหรับ ทองรูปพรรณ	2 (0.83)	10 (4.17)	41 (17.08)	111 (46.25)	76 (31.67)	1.96 (น้อย)	8
ร้านค้าทองรูปพรรณมีลวดลาย ให้เลือกน้อย	4 (1.67)	17 (7.08)	35 (14.58)	103 (42.92)	81 (33.75)	2.00 (น้อย)	5
ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาด ของทองรูปพรรณให้เลือกน้อย	4 (1.67)	16 (6.67)	32 (13.33)	109 (32.92)	79 (32.92)	1.99 (น้อย)	6
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มี บริการรับจํานำทองรูปพรรณ	2 (0.83)	8 (3.33)	26 (10.83)	55 (22.92)	149 (62.08)	1.58 (น้อย)	12
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการ ออกใบรับประกันเปอร์เซ็นต์ ทองและน้ำหนักของ ทองรูปพรรณ	5 (2.08)	7 (2.92)	29 (12.08)	107 (44.58)	92 (38.33)	1.86 (น้อย)	11
ชื่อเสียงร้านค้าทองรูปพรรณ ไม่เป็นที่รู้จัก	2 (0.83)	10 (4.17)	45 (18.75)	83 (34.58)	100 (41.67)	1.88 (น้อย)	10
ค่าเฉลี่ยรวม						1.96 (น้อย)	

จากตารางที่ 66 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ
เลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
น้อย (ค่าเฉลี่ย 1.93) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับน้อยเรียงลำดับคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมี
รูปแบบของทองรูปพรรณที่ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.11) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการ
บริการซ่อมแซม ล้าง และขัดเงาทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 2.09) ร้านค้าทองรูปพรรณมีรูปแบบให้
เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.04) ร้านค้าทองรูปพรรณมีชื่อตราหือทองรูปพรรณไม่เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย

2.03) ร้านค้าของรูปพรรณมีลวดลายให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) ร้านค้าของรูปพรรณมีขนาดของ
ทองรูปพรรณให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.99) ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีบริการรับสั่งทำทองรูปพรรณ
ตามคำสั่งตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 1.98) ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีบรรจุภัณฑ์/ไม่
สวยงาม สำหรับทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 1.96) ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีสินค้าที่เป็นชื่อตราหือ
ทองรูปพรรณของตนเอง(ค่าเฉลี่ย 1.94) ชื่อเสียงร้านค้าทองรูปพรรณไม่เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 1.88)
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการออกใบรับประกันเปอร์เซ็นต์ทองและน้ำหนักของทองรูปพรรณ
(ค่าเฉลี่ย 1.86) และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการรับจำหน่ายทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 1.58)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like symbol above its head. 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 67 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้
บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามค้ำานราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน	16 (6.67)	30 (12.50)	37 (15.42)	54 (22.50)	103 (42.92)	2.18 (น้อย)	8
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการ กำหนดราคาปรับซื้อคืน ทองรูปพรรณในราคาที่ต่ำ	7 (2.92)	20 (8.33)	49 (20.42)	118 (49.17)	46 (19.17)	2.27 (น้อย)	6
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มี บริการผ่อนชำระการซื้อ ทองรูปพรรณ	7 (2.92)	24 (10)	81 (33.75)	89 (37.08)	39 (16.25)	2.46 (น้อย)	1
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาที่ไม่ สามารถต่อรองได้	6 (2.50)	21 (8.75)	74 (30.83)	93 (38.75)	46 (19.17)	2.37 (น้อย)	3
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาต่ำ กำหนดหรือค่ารูปแบบ ลวดลายที่สูง	9 (3.75)	22 (9.17)	71 (29.58)	94 (39.17)	44 (18.33)	2.41 (น้อย)	2
ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน	9 (3.75)	35 (14.58)	47 (19.58)	55 (22.92)	94 (39.17)	2.21 (น้อย)	7
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีป้าย แสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณอย่างชัดเจน	5 (2.08)	12 (5)	26 (10.83)	91 (37.92)	106 (44.17)	1.83 (น้อย)	10
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่ได้ขาย ตามราคาท้องตลาด	7 (2.92)	11 (4.58)	40 (16.67)	124 (51.67)	58 (24.17)	2.10 (น้อย)	9
ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคา คอกเบี้ยรับจำนำที่สูง	4 (1.67)	12 (5)	56 (23.33)	101 (42.08)	67 (27.92)	2.10 (น้อย)	9
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่ สามารถใช้บัตรเครดิตของทาง ธนาคารได้	7 (2.92)	19 (7.92)	69 (28.75)	86 (35.83)	59 (24.58)	2.29 (น้อย)	5
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่ สามารถใช้บัตรเครดิตหรือบัตร สินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่นๆ ได้ เช่น บัตรอิออน	8 (3.33)	20 (8.33)	70 (29.17)	88 (36.67)	54 (22.50)	2.33 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.23 (น้อย)	

จากตารางที่ 67 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ เลือกใช้ บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) ในปัจจัยย่อยพบปัญหา ในระดับน้อยเรียงลำดับ คือ ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการ ผ่อนชำระการซื้อทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 2.46) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาต่ำเกินไป หรือค่ารูปแบบลวดลายที่สูง (ค่าเฉลี่ย 2.41) ร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาที่ไม่สามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 2.37) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่สามารถใช้บัตรเครดิตหรือบัตรสินเชื่อจากสถาบันการเงิน อื่นๆได้ เช่น บัตรอิกอน (ค่าเฉลี่ย 2.33) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่สามารถใช้บัตรเครดิตของทาง ธนาคารได้ (ค่าเฉลี่ย 2.29) ร้านค้าทองรูปพรรณมีการกำหนดราคารับซื้อคืนทองรูปพรรณในราคาที่ ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.27) ราคาทองแท่ง ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 2.21) ราคาทองรูปพรรณ ณ ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 2.18) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่ได้ขายตามราคาท้องตลาด และร้านค้าทองรูปพรรณมีราคาดอกเบี้ย รับจำหน่ายที่สูง (ค่าเฉลี่ย 2.10) และร้านค้าทองรูปพรรณ ไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อ-ขาย ทองรูปพรรณ อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 1.83)

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้
บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ไกลชุมชนเดินทางไม่สะดวก	3 (1.25)	18 (7.50)	27 (11.25)	73 (30.42)	119 (49.58)	1.80 (น้อย)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการใช้บริการ	3 (1.25)	15 (6.25)	28 (11.67)	74 (30.83)	120 (50)	1.78 (น้อย)	7
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีทางเข้า-ออกไม่สะดวก	3 (1.25)	16 (6.67)	33 (13.75)	96 (40)	92 (38.33)	1.93 (น้อย)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีสาขา น้อย	3 (1.25)	10 (4.17)	55 (22.92)	89 (37.08)	83 (34.58)	2.00 (น้อย)	1
ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่มีที่จอดรถสะดวก/มีน้อย	3 (1.25)	13 (5.42)	42 (17.50)	96 (40)	86 (35.83)	1.96 (น้อย)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้เลือกชื้อยาก	4 (1.67)	12 (5)	38 (15.83)	91 (37.92)	95 (39.58)	1.91 (น้อย)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าน้อย/คับแคบ	3 (1.25)	13 (5.42)	38 (15.83)	85 (35.42)	101 (42.08)	1.88 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						1.89 (น้อย)	

จากตารางที่ 68 พบว่าปัญหาปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ เลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.89) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเรียงลำดับ คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีสาขาน้อย(ค่าเฉลี่ย 2.00) รองลงมาคือ ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีที่จอดรถสะดวก/มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.96) ร้านค้าของรูปพรรณมีทางเข้า-ออกไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 1.93) ร้านค้าของรูปพรรณมีการจัดวางสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ทำให้เลือกซื้อยาก (ค่าเฉลี่ย 1.91) ร้านค้าของรูปพรรณมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าน้อย/คับแคบ (ค่าเฉลี่ย 1.88) ร้านค้าของรูปพรรณมีสถานที่ตั้งอยู่ไกลชุมชนเดินทางไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 1.81) และร้านค้าของรูปพรรณมีเวลาเปิด-ปิดของร้านไม่สะดวกต่อการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 1.78)

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้
บริการร้านค้าของรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการ โฆษณา มีน้อย	3 (1.25)	23 (9.58)	73 (30.42)	90 (37.50)	51 (21.25)	2.32 (น้อย)	6
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มี ส่วนลด อัตราราคาอกเบียดำนำที่ได้ ตอนก่อนกำหนด	5 (2.08)	26 (10.83)	74 (30.83)	84 (35)	51 (21.25)	2.38 (น้อย)	4
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการ ลดค่ากำหนดของรูปพรรณใน บางโอกาส เช่น วันตรุษจีน	6 (2.50)	23 (9.58)	85 (35.42)	74 (30.83)	52 (21.67)	2.40 (น้อย)	3
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการ จัดชิงโชค หรือแจกของรางวัล สำหรับผู้มาใช้บริการร้านค้า ของรูปพรรณ	4 (1.67)	28 (11.67)	79 (32.92)	77 (32.08)	52 (21.67)	2.40 (น้อย)	3
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการ แจกของที่ระลึกแก่ผู้มาใช้ บริการ ในร้านค้าของรูปพรรณ ในช่วงเทศกาลต่างๆ	5 (2.08)	13 (5.42)	76 (31.67)	89 (37.08)	57 (23.75)	2.25 (น้อย)	7
ร้านค้าของรูปพรรณไม่มีการ บริการตรวจเช็คทองฟรี	5 (2.08)	29 (12.08)	73 (30.42)	79 (32.92)	54 (22.50)	2.38 (น้อย)	4
ร้านค้าของรูปพรรณคิด ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร เครดิตชำระสินค้า	8 (3.33)	30 (12.50)	77 (32.08)	75 (31.25)	50 (20.83)	2.46 (น้อย)	2

All rights reserved

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง	6 (2.50)	39 (16.25)	69 (28.75)	81 (33.75)	45 (18.75)	2.50 (ปานกลาง)	1
ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์	2 (0.83)	27 (11.25)	74 (30.83)	84 (35)	53 (22.08)	2.34 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						2.38 (น้อย)	

จากตารางที่ 69 พบว่าปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ เลือกรับบริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเรียงลำดับ คือ ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการจัดทำเอกสารให้แนะนำ และปรึกษาโดยให้ความรู้ด้านทองรูปพรรณแก่ลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 2.50) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตรหัสสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.46) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการลดค่ากำหนดของรูปพรรณในบางโอกาส เช่น วันตรุษจีน และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการจัดชิงโชค หรือแจกของรางวัลสำหรับผู้ที่มาใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ (ค่าเฉลี่ย 2.40) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีส่วนลดอัตราดอกเบี้ยจำนำที่ได้ถอนก่อนกำหนด และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการบริการตรวจเช็คทองฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.38) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีบริการติดต่อสอบถามราคาทองรูปพรรณผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 2.34) ร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการโฆษณา/มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการแจกของที่ระลึกแก่ผู้ที่มาใช้บริการในร้านค้าทองรูปพรรณในช่วงเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้
บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านบุคคลหรือพนักงาน

ปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงาน ชายที่ให้การต้อนรับ และ ให้บริการไม่ดี	7 (2.92)	11 (4.58)	19 (7.92)	89 (37.08)	114 (47.50)	1.78 (น้อย)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงาน ขายน้อย	2 (0.83)	10 (4.17)	36 (15)	89 (37.08)	103 (42.92)	1.83 (น้อย)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงานที่ ไม่มีความรู้เรื่องทรงรูปพรรณ/มี น้อย	6 (2.50)	12 (5)	25 (10.42)	100 (41.67)	97 (40.42)	1.88 (น้อย)	1
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงาน ชายที่ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	6 (2.50)	14 (5.83)	21 (8.75)	94 (39.17)	105 (43.75)	1.84 (น้อย)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงาน ให้บริการไม่เสมอภาค	5 (2.08)	12 (5)	24 (10)	78 (32.50)	121 (50.42)	1.76 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						1.82 (น้อย)	

จากตารางที่ 70 พบว่าปัญหาด้านบุคคลหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา
ในการเลือกใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.82) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาในระดับน้อยเรียงลำดับคือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมี
พนักงานที่ไม่มีความรู้เรื่องทรงรูปพรรณ/มีน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.88) รองลงมาคือ ร้านค้าทรงรูปพรรณมี
พนักงานชายที่ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 1.84) ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงานขายน้อย (ค่าเฉลี่ย
1.83) ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงานชายที่ให้การต้อนรับ และให้บริการไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 1.78) และ
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีพนักงานให้บริการไม่เสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 1.76)

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านการสร้าง และ การนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทรงรูปพรรณมี บรรยากาศในร้านที่ไม่ดี	2 (0.83)	13 (5.42)	28 (11.67)	80 (33.33)	117 (48.75)	1.76 (น้อย)	4
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีแสง สว่างปานกลางภายในร้าน	2 (0.83)	19 (7.92)	28 (11.67)	78 (32.50)	113 (47.08)	1.83 (น้อย)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่มีการ รักษาความปลอดภัยอย่างดี	4 (1.67)	11 (4.58)	25 (10.42)	100 (41.67)	100 (41.67)	1.83 (น้อย)	3
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีขนาด เล็ก พื้นที่ในร้านคับแคบ	3 (1.25)	7 (2.92)	43 (17.92)	90 (37.50)	97 (40.42)	1.87 (น้อย)	2
ร้านค้าทรงรูปพรรณมีป้ายชื่อ หรือสัญลักษณ์ของสถานที่ ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ยาก	3 (1.25)	8 (3.33)	31 (12.92)	72 (30)	126 (52.50)	1.71 (น้อย)	5
ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่มีการ ใช้สีแดงเป็นหลักในการ ตกแต่งร้าน	2 (0.83)	7 (2.92)	21 (8.75)	65 (27.08)	145 (60.42)	1.57 (น้อย)	6
ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่มี อุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการ ทันสมัย เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก ทอง	5 (2.08)	11 (4.58)	39 (16.25)	89 (37.08)	96 (40)	1.92 (น้อย)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						1.78 (ผล)	

จากตารางที่ 71 พบว่าปัญหาด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ เลือกลงใช้บริการร้านค้าทรงรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัด ลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.80) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยใน ระดับน้อยเรียงลำดับ คือ ร้านค้าทรงรูปพรรณไม่มีอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการทันสมัย เช่น เครื่อง

ซึ่งนำนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 1.92) รองลงมาคือ ร้านค้าทองรูปพรรณมีขนาดเล็ก พื้นที่ในร้านคับแคบ (ค่าเฉลี่ย 1.87) ร้านค้าทองรูปพรรณมีแสงสว่างน้อยภายในร้าน และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการรักษาความปลอดภัยอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 1.83) ร้านค้าทองรูปพรรณมีบรรยากาศในร้านที่ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 1.76) ร้านค้าทองรูปพรรณมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ตั้งอยู่ขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ยาก (ค่าเฉลี่ย 1.71) และร้านค้าทองรูปพรรณไม่มีการใช้สีแดงเป็นหลักในการตกแต่งร้าน (ค่าเฉลี่ย 1.57)

ตารางที่ 72 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้าทองรูปพรรณทำทองรูปพรรณไม่ตรงตามการสั่งของลูกค้า	7 (2.92)	14 (5.83)	28 (11.67)	85 (35.42)	106 (44.17)	1.88 (น้อย)	2
ร้านค้าทองรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ไม่ตรงเวลา	8 (3.33)	8 (3.33)	40 (16.67)	84 (35)	100 (41.67)	1.92 (น้อย)	1
ร้านค้าทองรูปพรรณมีบริการที่ล่าช้า	4 (1.67)	17 (7.08)	33 (13.75)	75 (31.25)	111 (46.25)	1.87 (น้อย)	3
ร้านค้าทองรูปพรรณคิดราคาทองรูปพรรณผิด	9 (3.75)	9 (3.75)	27 (11.25)	70 (29.17)	125 (52.08)	1.78 (น้อย)	4
ร้านค้าทองรูปพรรณคิคนำหนักทองรูปพรรณผิด	9 (3.75)	10 (4.17)	21 (8.75)	68 (28.33)	132 (55)	1.73 (น้อย)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						1.84 (น้อย)	

จากตารางที่ 72 พบว่าปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการ เลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.84) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเรียงลำดับ

คือ ร้านค้าของรูปพรรณมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ไม่ตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 1.92) รองลงมาคือ ร้านค้าของรูปพรรณทำของรูปพรรณไม่ตรงตามการสั่งของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 1.88) ร้านค้าของรูปพรรณมีบริการที่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 1.87) ร้านค้าของรูปพรรณคิดราคาของรูปพรรณผิด (ค่าเฉลี่ย 1.78) และ ร้านค้าของรูปพรรณคิมน้ำหนักของรูปพรรณผิด (ค่าเฉลี่ย 1.73)

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- อยากให้มีชื่อของครบ 10 บาท แคมฟรี 1 สติง เป็นการลดแลกแจกแถมบริการหลังการตลาด ลูกค้าจะได้มาชื่อของร้านเราร้านเดียว และได้ มัดใจลูกค้าด้วยโดยมีกำหนด 1ปี ถ้าเป็นไปได้ก็อยากให้มีการแจกของหรือมีของแถมทุกครั้ง และ มีการแจกทอง
- อยากให้พนักงานแต่ละตัวให้มีสีสันแบบแฟนตาซีในงานวันสำคัญต่างๆหรือไม่ก็อาทิตย์ละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นจุดเด่นในร้าน และขอให้ร้านทองมีพนักงานสวยๆ และน่ารักพนักงานชายผู้ชายหน้า ตาดีๆ มาดูแลลูกค้าเพราะจะทำให้ลูกค้ามาซื้อ-ขายบ่อยๆ
- อยากให้ร้านค้าของรูปพรรณมีการสั่งทำเพชรด้วยให้กับลูกค้า
- ถ้าเป็นลูกจ้างขายของจะพูดจาไม่สุภาพต่อรองไม่ได้และไม่จ้อลูกค้าแต่ถ้าเป็นนายจ้างจะมีมนุษยสัมพันธ์ดีกว่า
- ควรจัดหาที่จอดรถให้สำหรับลูกค้า
- บางร้านมีทองรูปพรรณให้เลือกปานกลาง และบางร้านคับแคบไม่สะดวกในการเลือกซื้อหรือ แลกเปลี่ยน บางครั้งราคาทองก็แพงมากจนเกินไป บางครั้งไป เปลี่ยนแบบทองก็ราคาสูงเกินไป อยากให้รับคืนทองราคาสูงๆ
- ร้านทองควรจะติดตั้งวงจรปิดทั้งในและนอกร้านด้วย เพื่อป้องกันการโจรกรรม ส่วนมากร้านทองจะตั้งวงจร ปิดไว้ในร้านที่เดียว (เห็นแต่หมวกกันน็อคของคนร้าย ถ้าติดไว้ นอกร้านจะสามารถเห็นยานพาหนะของคนร้ายและผู้มาสังเกตการณ์ได้ จะได้ช่วยทางราชการ จับคนร้ายได้เร็วขึ้นและง่ายขึ้นด้วย
- ร้านค้าทองน่าจะมีการปรับตัวอยู่เสมอในสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทุกๆ เดือน