

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ผลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนสโตร์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ รายได้ และ จำนวนเงินที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	216	54.0
หญิง	184	46.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชายร้อยละ 54.0 และเป็นหญิงร้อยละ 46.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	48	12.0
21 - 30 ปี	152	38.0
31 - 40 ปี	136	34.0
41 -50 ปี	48	12.0
มากกว่า 50 ปี	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 38.0 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 34.0 อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 12.0 และอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	56	14.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	96	24.0
อนุปริญญาหรือ ปวส.	64	16.0
ปริญญาตรี	176	44.0
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ร้อยละ 24.0 รองลงมา อนุปริญญาหรือ ปวส. ร้อยละ 16.0 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 14.0 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	56	14.0
5,001 - 10,000 บาท	120	30.0
10,001 - 20,000 บาท	152	38.0
20,001 - 30,000 บาท	56	14.0
30,001 บาทขึ้นไป	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 38.0 รองลงมารายได้ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 30.0 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทและรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 14.0 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	64	16.0
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	48	12.0
รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	8	2.0
พนักงานบริษัทเอกชน	248	62.0
รัฐวิสาหกิจ	24	6.0
อื่นๆ	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 62.0 รองลงมาเป็นนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 16.0 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 12.0 รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.0 อื่นๆ เช่น รับจ้าง พ่อบ้าน แม่บ้าน ร้อยละ 4.0 และรับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ ร้อยละ 2.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนสโตร์

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลของร้านแว่นตาเซนสโตร์

แหล่งข้อมูลของร้านแว่นตาเซนสโตร์	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโฆษณาโทรทัศน์	136	34.0
สื่อโฆษณาวิทยุ	24	6.0
สื่อโฆษณาหนังสือพิมพ์	32	8.0
สื่อโฆษณานิตยสาร	56	14.0
อินเทอร์เน็ต	24	6.0
จากการบอกเล่าหรือแนะนำ	128	32.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลของร้านแว่นตาเซนสโตร์ จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์ ร้อยละ 34.0 รองลงมาจาก การบอกเล่าหรือแนะนำ ร้อยละ 32.0 สื่อโฆษณานิตยสาร ร้อยละ 14.0 สื่อหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 8.0 อินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาวิทยุ ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละประเภทของแว่นตาที่ซื้อ

ประเภทของแว่นตาที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
แว่นสายตา	184	46.0
แว่นกันแดด	96	24.0
ทั้งสองอย่าง	120	30.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ประเภทของแว่นตาที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ ส่วนใหญ่ เป็นแว่นสายตา ร้อยละ 46.0 รองลงมาซื้อทั้งแว่นสายตาและแว่นกันแดด ร้อยละ 30.0 และแว่นกันแดด ร้อยละ 24.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ในการซื้อแว่นตาเซนสโตร์

ความถี่ของแว่นตาที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทุก 4 ปี	88	22.0
ทุก 3 ปี	104	26.0
ทุก 2 ปี	88	22.0
ทุก 1 ปี	88	22.0
มากกว่าปีละ 1 ครั้ง	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อแว่นตาเซนสโตร์ ทุก 3 ปี ร้อยละ 26.0 รองลงมาซื้อทุก 4 ปี ซื้อทุก 2 ปี และซื้อทุก 1 ปี ร้อยละ 22.0 และซื้อมากกว่าปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายในการซื้อแว่นตาเซนสโตร์ต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อแว่นตาต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	208	52.0
3,001-6,000 บาท	136	34.0
6,001-9,000 บาท	24	6.0
9,001-12,000 บาท	16	4.0
12,001-15,000 บาท	8	2.0
15,001 บาทขึ้นไป	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแว่นตาต่อครั้ง ไม่เกิน 3,000 บาท ร้อยละ 52.0 รองลงมา 3,001-6,000 บาท ร้อยละ 34.0 ค่าใช้จ่าย 6,001-9,000 บาท ร้อยละ 6.0 ค่าใช้จ่าย 9,001-12,000 บาท ร้อยละ 4.0 ค่าใช้จ่าย 15,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.0 และค่าใช้จ่าย 12,001-15,000 บาท ร้อยละ 2.0

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์

เหตุผลที่ซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อง่าย	96	24.0
มั่นใจในคุณภาพ	200	50.0
เคยเห็นในโฆษณา	24	6.0
ราคาถูก	32	8.0
มีของแถม	16	4.0
ตราชี่ห้อ	24	6.0
อื่นๆ	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ คือ มั่นใจในคุณภาพ ร้อยละ 50.0 รองลงมา หาซื้อง่าย ร้อยละ 24.0 ราคาถูก ร้อยละ 8.0 เคยเห็นในโฆษณา และตราชี่ห้อ ร้อยละ 6.0 มีของแถมร้อยละ 4.0 และ อื่นๆ ได้แก่ มีส่วนลด มีคู่มือซึ่งโชค ร้อยละ 2.0

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตา
เซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร**

**ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. คุณภาพของแว่นตา	8 (2)	-	144 (36)	152 (38)	96 (24)	400 (100)	3.82 (มาก)	1
2. ความหลากหลาย ของประเภทสินค้าที่มี ให้เลือก	-	8 (2)	160 (40)	192 (48)	40 (10)	400 (100)	3.66 (มาก)	3
3. สินค้ามีชื่อเป็นที่ รู้จัก ในร้านแว่นตา เซนสโตร์	-	56 (14)	176 (44)	128 (32)	40 (10)	400 (100)	3.38 (ปานกลาง)	4
4. การรับประกันตัว สินค้า	16 (4)	24 (6)	120 (30)	144 (36)	96 (21)	400 (100)	3.70 (มาก)	2
5. การให้บริการหลัง การขาย	32 (8)	32 (8)	136 (34)	104 (26)	96 (24)	400 (100)	3.50 (มาก)	5
6. การให้บริการข้อมูล ของสินค้าและบริการ ทางอินเทอร์เน็ต	24 (6)	22 (18)	208 (52)	80 (20)	16 (4)	400 (100)	2.98 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม							3.51 (มาก)	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ คุณภาพของแว่นตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง คือ สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และการให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ราคาถูกกว่า ร้านอื่น	16 (4)	24 (6)	248 (62)	56 (14)	56 (14)	400 (100)	3.28 (มาก)	3
2. ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ	-	8 (2)	208 (52)	120 (30)	64 (16)	400 (100)	3.60 (มาก)	2
3. สินค้ามีป้าย แสดงราคาชัดเจน	-	16 (4)	80 (20)	208 (52)	96 (24)	400 (100)	3.79 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.61 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน	-	40 (10)	120 (30)	136 (34)	104 (26)	400 (100)	3.76 (มาก)	1
2. มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ	-	24 (6)	168 (42)	120 (30)	88 (22)	400 (100)	3.68 (มาก)	2
3. ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	-	32 (8)	160 (40)	152 (38)	56 (14)	400 (100)	3.58 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม							3.67 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์	32 (8)	88 (22)	136 (34)	72 (18)	72 (18)	400 (100)	3.16 (ปานกลาง)	3
2. การโฆษณาทางวิทยุ	48 (12)	96 (24)	128 (32)	96 (24)	32 (8)	400 (100)	2.92 (ปานกลาง)	5
3. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	40 (10)	88 (22)	160 (40)	96 (24)	16 (4)	400 (100)	2.90 (ปานกลาง)	6
4. การโฆษณาทางนิตยสาร	56 (14)	72 (18)	184 (46)	72 (18)	16 (4)	400 (100)	2.80 (ปานกลาง)	8
5. การออกงานแสดงสินค้า	32 (8)	88 (22)	192 (48)	80 (20)	8 (2)	400 (100)	2.86 (ปานกลาง)	7
6. การจัดรายการลดราคาสินค้า	16 (4)	72 (18)	152 (38)	88 (22)	72 (18)	400 (100)	3.32 (ปานกลาง)	2
7. ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า	8 (2)	48 (12)	184 (46)	72 (18)	88 (22)	400 (100)	3.46 (ปานกลาง)	1
8. การแถมสินค้า	16 (4)	72 (18)	192 (48)	88 (22)	32 (8)	400 (100)	3.12 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม							3.07 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง คือ ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

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. Above the elephant is a sunburst or flame-like symbol. The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความน่าสนใจ ของการจัดสินค้าใน ร้าน	32 (8)	24 (6)	184 (46)	128 (32)	32 (8)	400 (100)	3.26 (ปานกลาง)	5
2. ความสวยงาม ของการตกแต่งร้าน	8 (2)	32 (8)	192 (48)	104 (26)	64 (16)	400 (100)	3.46 (ปานกลาง)	3
3. ความสะดวก สบายของที่จอดรถ	16 (4)	48 (12)	168 (42)	128 (32)	40 (10)	400 (100)	3.32 (ปานกลาง)	4
4. ห้องตรวจวัดสาย ตาจัดเป็นสัดส่วน ได้มาตรฐาน	8 (2)	16 (4)	144 (36)	112 (28)	120 (30)	400 (100)	3.80 (มาก)	1
5. มีบริเวณรับรอง ลูกค้าระหว่างรอ สินค้า	-	72 (18)	128 (32)	104 (26)	96 (24)	400 (100)	3.56 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม							3.48 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และมีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ความสะอาดสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	8 (2)	32 (8)	104 (26)	168 (42)	88 (22)	400 (100)	3.74 (มาก)	3
2. ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน	8 (2)	32 (8)	136 (34)	176 (44)	48 (12)	400 (100)	3.56 (มาก)	5
3. ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน	8 (2)	8 (2)	128 (32)	176 (44)	80 (20)	400 (100)	3.78 (มาก)	2
4. ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน	16 (4)	24 (6)	88 (22)	160 (40)	112 (28)	400 (100)	3.82 (มาก)	1
5. ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน	8 (2)	32 (8)	128 (32)	160 (40)	72 (18)	400 (100)	3.64 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม							3.70 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ระดับความสำคัญของปัจจัย						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. การให้บริการ แนะนำสินค้า	-	56 (14)	120 (30)	184 (46)	40 (10)	400 (100)	3.52 (มาก)	4
2. การให้บริการ ตรวจวัดสายตา	-	32 (8)	120 (30)	184 (46)	64 (16)	400 (100)	3.70 (มาก)	2
3. ความรวดเร็ว ในการประกอบ แว่น	8 (2)	48 (12)	176 (44)	88 (22)	80 (20)	400 (100)	3.46 (ปานกลาง)	5
4. ความรวดเร็ว ของขั้นตอนการ คิดเงิน	16 (4)	-	144 (36)	176 (44)	64 (16)	400 (100)	3.68 (มาก)	3
5. ความถูกต้อง ของระบบการ คิดเงิน	-	8 (2)	152 (38)	136 (34)	104 (26)	400 (100)	3.81 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม							3.64 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ รายได้ และ จำนวนเงินที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. คุณภาพของแว่นตา	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
2. ความหลากหลายของ ประเภทสินค้าที่มีให้เลือก	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
3. สินค้ามีข้อดีเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์	3.63 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
4. การรับประกันตัวสินค้า	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
5. การให้บริการหลังการ ขาย	3.62 (มาก)	3.76 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
6. การให้บริการข้อมูลของ สินค้าทางอินเทอร์เน็ต	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยคุณภาพของแว่นตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 สินค้ามีข้อดีเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การ

ให้บริการหลังการขาย 3.62 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อการให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อ คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการหลังการขาย 3.76 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อ สินค้ามีชื้อหือเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และ การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยคุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 สินค้ามีชื้อหือเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการหลังการขาย 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัย คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การให้บริการหลังการขาย 3.50 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อ ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 สินค้ามีชื้อหือเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และการให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สินค้ามีชื้อหือเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยคุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการหลังการขาย 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และความสำคัญในระดับน้อยต่อการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

อื่นๆ ขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อคุณภาพของแว่นตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สินค้ามีที่ยี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการหลังการขาย 3.00 และการให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย แปรผล รวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ / เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
3. สินค้ามีป้ายแสดงราคา ชัดเจน	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปรผลรวม	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.62 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และ ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.61 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.50 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	พนักงานบริษัทเอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.84 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
3. ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.29 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ให้ความสำคัญในน้อยต่อปัจจัยมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และ

พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	พนักงานบริษัทเอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์	3.00 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
2. การโฆษณาทางวิทยุ	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
3. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.75 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.00 (มาก)	3.50 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
4. การโฆษณาทางนิตยสาร	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.58 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
5. การออกงานแสดงสินค้า	3.25 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
6. การจัดรายการลดราคาสินค้า	3.38 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
7. ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
8. การแถมสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.13 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.13 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และ การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

ข้าราชการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยการออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

พนักงานบริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.03 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณา

ทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และการโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

อื่นๆให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และ ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ / เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. ความน่าสนใจของการจัด สินค้าในร้าน	3.25 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
2. ความสวยงามของการ ตกแต่งร้าน	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.74 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
3. ความสะดวกสบายของที่นั่ง จอตรง	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
4. ห้องตรวจวัดสายตา จัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน	3.75 (มาก)	4.33 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)
5. มีบริเวณรับรองลูกค้า ระหว่างรอสินค้า	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.37 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ความสะดวกสบายของที่นั่งจอตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้

มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17

รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.50 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยมีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความน่าสนใจของ

การจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และมีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคคล	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ / เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. ความกระตือรือร้นใน การให้บริการของพนักงาน	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
2. ความเรียบร้อยในการ แต่งกายของพนักงาน	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	1.50 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
3. ความสามารถในการให้ คำแนะนำของพนักงาน	3.88 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)
4. ความสามารถในการ ตรวจวัดสายตาของ พนักงาน	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)
5. ความสามารถในการ ประกอบแว่นตาของ พนักงาน	3.63 (มาก)	4.33 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.88 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.17 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยความสามารถในการตรวจวัด

พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสามารถในการ
ตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้าจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	นักเรียน / นักศึกษา	ค้าขาย / ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ / เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	
1. การให้บริการแนะนำ สินค้า	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
2. การให้บริการตรวจวัด สายตา	3.62 (มาก)	4.33 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.44 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ประกอบแว่น	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
4. ความรวดเร็วของ ขั้นตอนการคิดเงิน	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
5. ความถูกต้องของระบบ การคิดเงิน	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน / นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

รับราชการ /เจ้าหน้าที่ของรัฐให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

พนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

รัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. คุณภาพของแว่นตา	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)
2. ความหลากหลายของประเภท สินค้าที่มีให้เลือก	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
3. สินค้ามีห้อยเป็นที่รู้จัก ในร้านค้าแว่นตาเซน สโตร์	3.14 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
4. การรับประกันตัวสินค้า	3.14 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	4.07 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)
5. การให้บริการหลังการขาย	3.29 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.87 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
6. การให้บริการข้อมูลของสินค้า และบริการทางอินเทอร์เน็ต	2.86 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.29 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยคุณภาพของแว่นตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และ ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการให้บริการหลังการขาย 3.29 สินค้ามีห้อยเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อคุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 สินค้ามีชื่อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ปัจจัยคุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยการให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อ สินค้ามีชื่อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และความสำคัญในระดับปานกลางต่อ การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 สินค้ามีชื่อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.00 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยสินค้ามีชื่อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
1. ราคาถูกกว่าร้าน อื่น	3.57 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.60 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
3. สินค้ามีป้ายแสดง ราคาชัดเจน	4.29 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.86 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.68 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.50 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	รายได้					ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	4.13 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	3.80 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
3. ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.53 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.43 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัย มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้					ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์	2.86 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	4.50 (มากที่สุด)	3.16 (ปานกลาง)
2. การโฆษณาทางวิทยุ	2.71 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)
3. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.57 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
4. การโฆษณาทางนิตยสาร	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)
5. การออกงานแสดงสินค้า	2.57 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
6. การจัดรายการลดราคาสินค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (มาก)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
7. ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า	3.57 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
8. การแถมสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	2.86 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านกายภาพ	รายได้					ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. ความน่าสนใจของการจัด สินค้าในร้าน	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.26 (ปานกลาง)
2. ความสวยงามของการ ตกแต่งร้าน	3.29 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.46 (ปานกลาง)
3. ความสะดวกสบายของที่ จัดสรร	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.32 (ปานกลาง)
4. ห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็น สัดส่วนได้มาตรฐาน	3.71 (มาก)	4.05 (มาก)	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
5. มีบริเวณรับรองลูกค้า ระหว่างรอสินค้า	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.57 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความสะดวกสบายของที่จัดสรร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อ

ความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.47 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.14 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อมีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยมีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้					ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
2. ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
3. ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน	3.43 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)
4. ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน	3.57 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
5. ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน	3.14 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.43 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความสามารถในการให้

คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.40 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ทความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้					ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
1. การให้บริการแนะนำ สินค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)
2. การให้บริการตรวจวัด สายตา	3.14 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ประกอบแว่น	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.46 (ปานกลาง)
4. ความรวดเร็วของขั้นตอน การคิดเงิน	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.68 (มาก)
5. ความถูกต้องของระบบ การคิดเงิน	4.29 (มาก)	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

รายได้ 5,001 - 10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.68 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

รายได้ 10,001 - 20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

รายได้ 20,001 - 30,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.86 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 ขึ้นไป	
1. คุณภาพของแว่นตา	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
2. ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
3. สินค้ามีข้อดีเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
4. การรับประกันตัวสินค้า	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
5. การให้บริการหลังการขาย	3.50 (มาก)	3.76 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
6. การให้บริการข้อมูลของสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.88 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.62 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยคุณภาพของแว่นตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 การให้บริการหลังการขาย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อ สินค้ามีข้อดีเป็นที่รู้จัก ในร้านแว่นตาเซนสโตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และ การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 3,001 - 6,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อ คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 6,001 - 9,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.75 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อ ปัจจัยคุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 9,001 - 12,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 12,001 - 15,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.30 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย คุณภาพของแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 สินค้ามียี่ห้อเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัย การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 15,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยคุณภาพขอแวนตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การรับประกันตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สินค้ามีฮีทอเป็นที่รู้จัก ในร้านแวนตาเซนสโตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การให้บริการข้อมูลของสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.46 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.28 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.60 (มาก)
3. สินค้ามีป้ายแสดงราคา ชัดเจน	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	2.20 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย สินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 3,001 - 6,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 6,001 - 9,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย สินค้ามีป้ายแสดง

ราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 9,001 - 12,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 12,001 - 15,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.20 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 15,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวม 2.00 โดยให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัย ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และสินค้ามีป้ายแสดงราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001-12,000บาท	12,001-15,000บาท	15,001 บาทขึ้นไป	
1. ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ	3.85 (มาก)	3.53 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
3. ช่วงเวลาเปิดให้บริการ	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 3,001 - 6,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.53 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 6,001 - 9,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวม 3.25 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และมีช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 9,001 - 12,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 12,001 - 15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 15,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ช่วงเวลาเปิดให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมาร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

การส่งเสริมการตลาด	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	
1. การโฆษณาทาง โทรทัศน์	3.04 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
2. การโฆษณาทางวิทยุ	2.63 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)
3. การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์	2.77 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
4. การโฆษณาทาง นิตยสาร	2.77 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	2.80 (ปานกลาง)
5. การออกงานแสดง สินค้า	2.77 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
6. การจัดรายการลดราคา สินค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
7. ส่วนลดพิเศษให้แก่ ลูกค้า	3.54 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
8. การแถมสินค้า	2.88 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.08 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.08 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัย ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 และการโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 3,001 - 6,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัย การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 การโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 6,001 - 9,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.75 โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 และการโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 9,001 - 12,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การ

โฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และการโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 12,001 - 15,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยการโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อ การโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 15,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.25 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยการโฆษณาทางนิตยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดรายการลดราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การออกงานแสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อการโฆษณาทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ ของลูกค้า จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านกายภาพ	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001- 9,000 บาท	9,001-12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	
1. ความน่าสนใจของ การจัดสินค้าในร้าน	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)
2. ความสวยงามของ การตกแต่งร้าน	3.62 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
3. ความสะดวกสบาย ของที่จอดรถ	3.58 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
4. ห้องตรวจวัดสายตา จัดเป็นสัดส่วนได้ มาตรฐาน	1.96 (น้อย)	1.76 (น้อย)	1.50 (น้อย)	1.50 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)
5. มีบริเวณรับรอง ลูกค้าระหว่างรอสินค้า	3.69 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัย ความสะดวกสบายของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีบริเวณรับรองลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความสวยงามของการตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อความน่าสนใจของการจัดสินค้าในร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และให้ความสำคัญในระดับห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.96

เท่ากับ 3.00 ห้องตรวจวัดสายตาจัดเป็นสัดส่วนได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และมีบริเวณรับรอง
ลูกค้าระหว่างรอสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ ของผู้บริโภค จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001-6,000 บาท	6,001-9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป	
1. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)
2. ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
3. ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)
4. ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน	3.93 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
5. ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน	3.46 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.52 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนส์โตร์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความสามารถในการให้คำแนะนำของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความสามารถในการตรวจวัดสายตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความสามารถในการประกอบแว่นตาของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ของผู้บริโภค จำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง						ค่าเฉลี่ย แปลผล รวม
	ไม่เกิน 3,000 บาท	3,001- 6,000 บาท	6,001- 9,000 บาท	9,001- 12,000 บาท	12,001- 15,000 บาท	15,001บาท ขึ้นไป	
1. การให้บริการแนะนำ สินค้า	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
2. การให้บริการตรวจวัด สายตา	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
3. ความรวดเร็วในการ ประกอบแว่น	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.46 (ปาน กลาง)
4. ความรวดเร็วของขั้นตอน การคิดเงิน	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
5. ความถูกต้องของระบบ การคิดเงิน	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 มาก	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยแปลผลรวม	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านแว่นตาเซนสโตร์ จำแนกตามรายได้ ดังนี้

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 3,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 3,001 - 6,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.76 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 6,001 - 9,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.25 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.2 และความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ย 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 9,001 - 12,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 12,001 - 15,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.20 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ย 3.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.00

จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 15,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.40 โดยให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยการให้บริการตรวจวัดสายตา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ถูกต้องของระบบการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยการให้บริการแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความรวดเร็วในการประกอบแว่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความรวดเร็วของขั้นตอนการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.00