



บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท นพดลพานิช จำกัด สามารถแบ่งผลการศึกษออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท นพดลพานิช จำกัด ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ และประเภทธุรกิจ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดฯ วิจัย
วันที่..... พ.ศ. 2555
เลขทะเบียน..... 250668
เลขเรียกหนังสือ.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	180	56.2
หญิง	140	43.8
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.2 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 43.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	10	3.1
25 - 35 ปี	108	33.8
36 - 45 ปี	81	25.3
46 - 55 ปี	94	29.4
55 ปีขึ้นไป	27	8.4
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 35 ปี ร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ 46 - 55 ปี ร้อยละ 29.4 อายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 25.3 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.4 และอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	1.3
มัธยมศึกษา	22	6.8
อนุปริญญา/ปวส.	56	17.5
ปริญญาตรี	195	60.9
สูงกว่าปริญญาตรี	38	11.9
อื่นๆ	5	1.6
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ปวช.

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 17.5 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.9 มัธยมศึกษา ร้อยละ 6.8 อื่นๆ ร้อยละ 1.6 และประถมศึกษา ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	120	37.5
บริษัทจำกัด	132	41.2
บริษัทมหาชน จำกัด	4	1.3
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	64	20.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจเป็นบริษัท จำกัด ร้อยละ 41.2 รองลงมาเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 37.5 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 20.0 และบริษัทมหาชน จำกัด ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ปี	40	12.5
4 - 6 ปี	81	25.3
7 - 10 ปี	60	18.8
10 ปีขึ้นไป	139	43.4
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 43.4 รองลงมาคือ 4 - 6 ปี ร้อยละ 25.3 7 - 10 ปี ร้อยละ 18.8 และ 1 - 3 ปี ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตำแหน่งในสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ	177	55.3
ผู้จัดการทั่วไป	44	13.8
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	49	15.3
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	11	3.4
วิศวกร	35	10.9
อื่นๆ	4	1.3
รวม	320	100.0

หมายเหตุ:อื่นๆ ได้แก่ รองกรรมการผู้จัดการ

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งในสถานประกอบการเป็น กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ ร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 15.3 ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 13.8 วิศวกร ร้อยละ 10.9 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 3.4 และอื่นๆ ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร

การมีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
มี	320	100.0
ไม่มี	0	0.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการมีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง

ผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อสินค้าในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	15	4.7
1-3 ปี	46	14.4
มากกว่า 3 - 5 ปี	86	26.9
มากกว่า 5 ปี	173	54.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบการณ์ในการจัดซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง มากกว่า 5 ปี ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ มากกว่า 3 - 5 ปี ร้อยละ 26.9 1-3 ปี ร้อยละ 14.4 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทนพดล พานิช จำกัด

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทนพดล พานิช จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อ	185	57.8
บุคคลในครอบครัวหรือญาติ	81	25.3
เพื่อนหรือคนรู้จัก	139	43.4
รู้จักเอง/ขับรถผ่าน	128	40.0
พนักงานขาย	151	47.2
อื่นๆ	17	5.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 320 ราย

อื่นๆ ได้แก่ รู้จักมากกว่า 25 ปี (2 ราย) พนักงานเข้ามาหา (2 ราย) การโฆษณา (8 ราย)
ร้านค้าด้วยกัน (1 ราย) เห็นอยู่คู่กับเมืองเชียงใหม่มานานแล้ว (1 ราย) มีประวัติการซื้ออยู่ก่อน
แล้ว (1 ราย) รู้จักเจ้าของ (1 ราย) website (1 ราย)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริษัทนพดล พานิช จำกัดคือ สื่อ ร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 47.2 เพื่อนหรือคนรู้จัก ร้อยละ 43.4 รู้จักเอง/ขับรถผ่าน ร้อยละ 40.0 บุคคลในครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 25.3 และอื่นๆ ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท นพดล พานิช จำกัด

สื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท นพดล พานิช จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	31	9.7
ใบปลิว	40	12.5
วิทยุ	53	16.6
แผ่นพับ	16	5.0
ป้าย	163	50.9
อื่นๆ	17	5.3
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: เพื่อนบ้าน (1 คน) รู้จักมากกว่า 25 ปี (1 ราย) เป็นลูกค้า (2 ราย) เพื่อนอยู่ในวงการ (1 ราย) เจ้าของร้าน (1 ราย) เซลล์ (1 ราย) รู้จักเอง (1 ราย) website (2 ราย) เพื่อน (2 คน) พนักงาน คนรู้จัก (1 ราย) ป้ายรถสี่ล้อ (1 ราย) ปากต่อปาก (1 ราย) นิตยสาร home buyer (1 ราย) sms (1 ราย)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท นพดล พานิช จำกัด คือ ป้าย ร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ วิทยุ ร้อยละ 16.6 ใบปลิว ร้อยละ 12.5 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 9.7 อื่นๆ ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัทนพดล พานิช จำกัด

เหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัทนพดล พานิช จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน	116	36.3
สถานที่จอดรถสะดวก	151	47.2
มีบริการขนส่งสินค้า	170	53.1
มีการให้ส่วนลด	135	42.2
มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	255	79.7
มีการให้เครดิต	211	65.9
ราคามาตรฐาน (ขายไม่เกินราคาที่ทางการกำหนดไว้)	158	49.4
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	100	31.3
ให้เครดิตในวงเงินที่สูงกว่าที่อื่นๆ	72	22.5
พนักงานการเงินบริการดี	130	40.6
สินค้าได้มาตรฐาน	206	64.4
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจน	91	28.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลที่ท่านซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัทนพดล พานิช จำกัดคือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือก ร้อยละ 79.7 รองลงมาคือ มีการให้เครดิต ร้อยละ 65.9 สินค้าได้มาตรฐาน ร้อยละ 64.4 มีบริการขนส่งสินค้า ร้อยละ 53.1 ราคามาตรฐาน (ขายไม่เกินราคาที่ทางการกำหนดไว้) ร้อยละ 49.4 สถานที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 47.2 พนักงานการเงินบริการดี ร้อยละ 40.6 มีการให้ส่วนลด ร้อยละ 42.2 อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน ร้อยละ 36.3 ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ ร้อยละ 31.3 มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจน ร้อยละ 28.4 ให้เครดิตในวงเงินที่สูงกว่าที่อื่นๆ ร้อยละ 22.5 ตามลำดับ



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ

ประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
หลังคา	211	65.9
ปูนซีเมนต์	267	83.4
เหล็กเส้น-เหล็กรูป	216	67.5
ท่อและงานระบบ	154	48.1
สินค้าโครงสร้างอื่นๆ (ตะปู, ลวด)	151	47.2
ประตูหน้าต่าง-ผลิตภัณฑ์ไม้	70	21.9
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	142	44.4
งานประปา-ระบบสวนและงานเกษตร	90	28.1
เพดาน-ฝ้า-ฝ้า	145	45.3
ฮาร์ดแวร์-เครื่องเหล็ก	86	26.9
สีและเคมีภัณฑ์	206	64.4
กระเบื้องเซรามิก	159	49.7
สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ	143	44.7
เครื่องมือช่าง	129	40.3
เครื่องครัว-อ่างซิงค์	72	22.5
แสงสว่าง และเครื่องใช้ไฟฟ้า	46	14.4
ถังน้ำ-บำบัดน้ำเสีย	122	38.1
กระเบื้องยาง, ลามิเนต	41	12.8
ตกแต่งบ้าน	74	23.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 320 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทวัสดุก่อสร้างที่ซื้อคือปูนซีเมนต์ ร้อยละ 83.4 รองลงมาคือ เหล็กเส้น-เหล็กรูป ร้อยละ 67.5 หลังคา ร้อยละ 65.9 สีและเคมีภัณฑ์ ร้อยละ 64.4 กระเบื้องเซรามิก ร้อยละ 49.7 ท่อและงานระบบ ร้อยละ 48.1 สินค้าโครงสร้างอื่นๆ (ตะปู, ลวด) ร้อยละ 47.2 เพดาน-ฝ้า-ฝ้า ร้อยละ 45.3 สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ ร้อยละ 44.7 ผลิตภัณฑ์คอนกรีต ร้อยละ 44.4 เครื่องมือช่าง ร้อยละ 40.3 ถังน้ำ-บำบัดน้ำเสีย ร้อยละ

38.1 งานประปา-ระบบสวนและงานเกษตร ร้อยละ 28.1 ฮาร์ดแวร์-เครื่องเหล็ก ร้อยละ 26.9 ตกแต่งบ้าน ร้อยละ 23.1 เครื่องครัว-อ่างซิงค์ ร้อยละ 22.5 ประตูหน้าต่าง-ผลิตภัณฑ์ไม้ ร้อยละ 21.9 แสงสว่าง และเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ 14.4 กระเบื้องยาง,ลามิเนต ร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย

ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
1,000 - 5,000 บาท	24	7.5
5,001 - 10,000 บาท	66	20.6
10,001 - 50,000 บาท	54	16.9
50,001 - 100,000 บาท	69	21.6
100,001 - 500,000 บาท	72	22.5
500,001 - 1,000,000 บาท	22	6.9
มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป	13	4.1
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ยคือ 100,001 - 500,000 บาท ร้อยละ 22.5 รองลงมาคือ 50,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 21.6 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 20.6 10,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 16.9 1,000 - 5,000 บาท ร้อยละ 7.5 500,001 - 1,000,000 บาท ร้อยละ 6.9 และมากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	44	13.8
50,000 - 100,000 บาท	50	15.6
100,001 - 300,000 บาท	85	26.6
300,000 บาทขึ้นไป	141	44.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับคือ 300,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 100,001 - 300,000 บาท ร้อยละ 26.6 50,000 - 100,000 บาท ร้อยละ 15.6 และต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนร้านอื่นที่ซื้อเชื่อ นอกจากบริษัทนพดล พานิช จำกัด

จำนวนร้านอื่นที่ซื้อเชื่อนอกจากบริษัทนพดล พานิช จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	23	7.2
2 ร้าน	53	16.6
3 ร้านขึ้นไป	244	76.2
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนร้านอื่นที่ซื้อเชื่อนอกจากบริษัทนพดล พานิช จำกัด คือ 3 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 76.2 รองลงมาคือ 2 ร้าน ร้อยละ 16.6 และ 1 ร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทหนพดลพานิช จำกัด

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย	124 (38.8)	180 (56.3)	16 (5.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	2
มีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน	140 (43.8)	80 (25.0)	50 (15.6)	0 (0.0)	16 (5.0)	4.14 (มาก)	8
สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ	174 (54.4)	80 (25.0)	50 (15.6)	0 (0.0)	16 (5.0)	4.24 (มาก)	5
ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าแต่ละประเภท	156 (48.8)	90 (28.1)	58 (18.1)	16 (5.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	6
สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	168 (52.5)	152 (47.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.53 (มากที่สุด)	1
สินค้าทันสมัย และสวยงาม	137 (42.8)	143 (44.7)	40 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	4
ความเพียงพอของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย	97 (30.3)	142 (44.4)	58 (18.1)	23 (7.2)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	10
มีสินค้าพร้อมขายเมื่อลูกค้าต้องการ	78 (24.4)	155 (48.4)	51 (15.9)	36 (11.3)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	12
นโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	93 (29.1)	161 (50.3)	59 (18.4)	7 (2.2)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	9
การรับประกันสินค้า	106 (33.1)	156 (48.8)	58 (18.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	7
ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา	157 (49.1)	115 (49.1)	41 (12.8)	7 (2.2)	0 (0.0)	4.32 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.19 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงลำดับคือ ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.32) สินค้าทันสมัย และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.30) สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.21) การรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.14) นโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเพียงพอของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีสินค้าพร้อมขายเมื่อลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
กำหนดราคามีความเป็น มาตรฐาน	67 (20.9)	188 (58.8)	65 (20.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	5
มีราคาให้เลือกตามคุณภาพ สินค้า	54 (16.9)	188 (58.8)	78 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	6
การต่อรองราคาได้	54 (16.9)	156 (48.8)	90 (28.1)	20 (6.3)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	9
การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	162 (50.6)	117 (36.6)	25 (7.8)	0 (0.0)	16 (5.0)	4.28 (มาก)	2
การให้ส่วนลดเงินสด	65 (20.3)	158 (49.4)	87 (27.2)	10 (3.1)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	7
ค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกัน สินเชื่อ	69 (21.6)	155 (48.4)	86 (26.9)	0 (0.0)	10 (3.1)	3.85 (มาก)	8
มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง	79 (24.7)	216 (67.5)	25 (7.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	3
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับ ราคา	80 (25.0)	209 (65.3)	31 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	4
ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ	128 (40.0)	167 (52.2)	18 (5.6)	0 (0.0)	7 (2.2)	4.28 (มาก)	2
ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ ได้รับการอนุมัติ	141 (44.1)	165 (51.6)	7 (2.2)	0 (0.0)	7 (2.2)	4.35 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.06 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.35) การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.28) ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15) กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.87) ค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกันสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ



ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวก ในการเข้ามาซื้อสินค้า	150 (46.9)	163 (50.9)	7 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45 (มาก)	1
มีที่จอดรถเพียงพอ	134 (41.9)	151 (47.2)	35 (10.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	3
บริษัทมีป้ายชี้มองเห็นได้ ชัดเจน สังกัดได้ง่าย	138 (43.1)	167 (52.2)	15 (4.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	2
มีสถานที่พักรอให้บริการแก่ ลูกค้า	45 (14.1)	207 (64.7)	61 (19.1)	7 (2.2)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	10
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ ใช้งาน	76 (23.8)	177 (55.3)	67 (20.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.03 (มาก)	8
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้า	37 (11.6)	144 (45.0)	86 (29.6)	53 (16.6)	0 (0.0)	3.52 (มาก)	11
สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และอีเมลล์	124 (38.8)	115 (35.9)	64 (20.0)	17 (5.3)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	7
การเดินทางไปสะดวก	133 (41.6)	140 (43.8)	47 (14.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	4
มีช่องทางการชำระเงินได้หลาย ช่องทาง	113 (35.3)	180 (56.3)	20 (6.3)	7 (2.2)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	5
มีพนักงานเก็บเงินถึงสถานที่ ทำงาน	85 (26.6)	154 (48.1)	74 (23.1)	7 (2.2)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	9
มีพนักงานสินเชื่อกอยดูแลและ บริการ	115 (35.9)	167 (52.2)	24 (7.5)	7 (2.2)	7 (2.2)	4.18 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.12 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีที่จอดรถ เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.31) บริษัทมีป้ายชี้มองเห็นได้ชัดเจน สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) การเดินทาง ไปสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีพนักงาน สินค้าคอยดูแลและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และอีเมล (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีพนักงานเก็บเงินถึงสถานที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีสถานที่พักรอให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	82 (25.6)	204 (63.8)	34 (10.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	2
มีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ลด แลก แจก แถม	45 (14.1)	162 (50.6)	113 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	6
มีจดหมาย หรือ ไปรษณีย์ส่งตรงถึงลูกค้า	8 (2.5)	204 (63.8)	108 (33.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	8
ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับ การบริการและเงื่อนไขพิเศษ	100 (31.3)	124 (38.8)	96 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	4
การสาธิตสินค้า	79 (24.7)	85 (26.6)	146 (45.6)	10 (3.1)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	7
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	112 (35.0)	152 (47.5)	56 (17.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	1
เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า	118 (36.9)	141 (44.1)	48 (15.0)	13 (4.1)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	3
มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้	45 (14.1)	209 (65.3)	66 (20.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) ลูกค้ำที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.79) การสาธิตสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีจดหมาย หรือไปปลิวส่งตรงถึงลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	185 (57.8)	96 (30.0)	39 (12.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	1
พนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า	134 (41.9)	105 (32.8)	81 (25.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	10
พนักงานส่งสินค้ามีความรู้และทักษะในการประกอบติดตั้ง	113 (35.3)	124 (38.8)	66 (20.6)	17 (5.3)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	11
พนักงานส่งสินค้าให้การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ	165 (51.6)	79 (24.7)	76 (23.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	7
พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ	164 (51.3)	117 (36.6)	39 (12.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.39 (มาก)	2
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	149 (46.6)	107 (33.4)	47 (14.7)	17 (5.3)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	8
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	145 (45.3)	126 (39.4)	49 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	5
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	177 (55.3)	85 (26.6)	58 (18.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	3
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อย	122 (38.1)	168 (52.5)	30 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	6
พนักงานแผนกสินค้าเชื่อ/ติดตามหนี้มีความสุข และอภัยยาศัยดี	120 (37.5)	172 (53.8)	28 (8.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	6
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	107 (33.4)	164 (51.3)	49 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	9
พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อ พูดยาสุขภาพ	128 (40.0)	171 (53.4)	21 (6.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.28 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ พนักงานทุกคน มีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพุดจาสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อย และพนักงาน แผนกสินเชื่อ/ติดตามหนี้มีความสุข และอัธยาศัยดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานส่งสินค้าให้ การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจในตัว สินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานส่งสินค้ามีความรู้และทักษะในการประกอบติดตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของ บริษัทฯ	188 (58.8)	119 (37.2)	13 (4.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	1
สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาด เรียบร้อย	140 (43.8)	160 (50.0)	20 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	2
สถานที่ภายนอกบริษัทสะอาด เรียบร้อย	94 (29.4)	206 (64.4)	20 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	5
ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอเอไอ	133 (41.6)	159 (49.7)	28 (8.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.33 (มาก)	4
รูปแบบการจัดวางสินค้า ภายในบริษัทฯ มีความสวยงาม	140 (43.8)	148 (46.3)	32 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	3
การจัดวางสินค้าและทางเดินมี ความสะดวกในการเลือกซื้อ สินค้า	103 (32.2)	178 (55.6)	39 (12.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	6
บริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอ ขณะ รอรับ บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ ให้บริการ	63 (19.7)	163 (50.9)	45 (14.1)	39 (12.2)	10 (3.1)	3.72 (มาก)	8
มีเครื่องมือ อุปกรณ์และ เทคโนโลยีที่ทันสมัย มา ให้บริการ	25 (7.8)	215 (67.2)	56 (17.5)	14 (4.4)	10 (3.1)	3.72 (มาก)	8
อุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด	121 (37.8)	101 (31.6)	98 (30.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.17 (มาก)	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.34) ภายในบริษัทมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.33) สถานที่ภายนอกบริษัทสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) การจัดวางสินค้าและทางเดินมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) อุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.07) บริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ขณะรอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้ให้บริการ และมีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาให้บริการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ก่อนซื้อ							
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน	43 (13.4)	194 (60.6)	83 (25.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	11
ขั้นตอนในการซื้อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	53 (16.6)	174 (54.4)	83 (25.9)	10 (3.1)	0 (0.0)	3.84 (มาก)	13
พนักงานขายแนะนำและแสดงตัวอย่างสินค้า	80 (25.0)	161 (50.3)	79 (24.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	7
การจัดทำเอกสารการสั่งขาย,สั่งจองสินค้า	79 (24.7)	144 (45.0)	89 (27.8)	8 (2.5)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	10
ระหว่างซื้อ							
กระบวนการขอสินค้าไม่ยุ่งยากซับซ้อน	60 (18.8)	191 (59.7)	62 (19.4)	7 (2.2)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	9
ความสะดวกในการขอสินค้า	95 (29.7)	166 (51.9)	52 (16.3)	0 (0.0)	7 (2.2)	4.07 (มาก)	5
ระยะเวลาในการขอสินค้า	131 (40.9)	132 (41.3)	43 (13.4)	7 (2.2)	7 (2.2)	4.17 (มาก)	3
กระบวนการบันทึกข้อมูลที่อยู่ ถูกสำรวจเร็ว ถูกต้อง	75 (23.4)	185 (57.8)	60 (18.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)	6
ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่นัดหมาย	57 (17.8)	84 (26.3)	139 (43.4)	40 (12.5)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)	17
การบริการของพนักงานจัดส่ง	38 (11.9)	154 (48.1)	111 (34.7)	17 (5.3)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	16
กระบวนการต่างๆ							
การตอบคำถามและแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ทันที รวดเร็ว	77 (24.1)	126 (39.4)	108/ (33.8)	9 (2.8)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	12

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความรวดเร็วในการสั่งซื้อ สินค้าพิเศษที่ไม่มีในสต็อก	71 (24.1)	126 (39.4)	108 (33.8)	9 (2.8)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	15
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ ลูกค้า รวดเร็ว	71 (22.2)	119 (37.2)	109 (34.1)	21 (6.6)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	14
กระบวนการออกไปสั่งซื้อที่ รวดเร็ว และ ถูกต้อง	98 (30.6)	78 (24.4)	134 (41.9)	10 (3.1)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	8
ความรวดเร็วในการได้รับใบ แจ้งหนี้	98 (30.6)	120 (37.5)	102 (31.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	1
ขั้นตอนการรับชำระเงินและ ออกไปเสร็จ	134 (41.9)	142 (44.4)	44 (13.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	2
กระบวนการจัดส่งเอกสารที่ เกี่ยวข้อง	143 (44.7)	107 (33.4)	70 (21.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	4
การส่งสินค้าถูกต้อง	36 (11.3)	238 (74.4)	39 (12.2)	7 (2.2)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ
พึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยใน
ระดับมากเรียงลำดับคือความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ขั้นตอนการรับชำระ
เงินและออกไปเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ระยะเวลาในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.17) กระบวนการ
จัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความสะดวกในการขอสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.07) กระบวนการ
บันทึกข้อมูลที่อยู่ลูกค้ารวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานขายแนะนำและแสดงตัวอย่างสินค้า
(ค่าเฉลี่ย 4.00) กระบวนการออกไปสั่งซื้อที่รวดเร็ว และถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.99) กระบวนการขอ
สินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการส่งสินค้าถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) การจัดทำเอกสารการส่ง
ขาย,ส่งจองสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน (ค่าเฉลี่ย

3.88) การตอบคำถามและแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ทันที รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขั้นตอนในการซื้อไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าพิเศษที่ไม่มีในสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.75) การบริการของพนักงานจัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตาม เวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท นพดลพานิช จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.19	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	4.06	มาก	5
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.12	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	มาก	6
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.28	มาก	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.17	มาก	3
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.94	มาก	7

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท นพดลพานิช จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทนภค
พานิช จำกัด จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ และประเภทธุรกิจ

3.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท
นภคพานิช จำกัด จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย	4.45 (มาก)	4.20 (มาก)	4.49 (มาก)	4.26 (มาก)	4.34 (มาก)
มีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน	4.57 (มากที่สุด)	3.88 (มาก)	4.19 (มาก)	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)
สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก	4.68 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.48 (มาก)	3.98 (มาก)	4.24 (มาก)
ความหลากหลายของยี่ห้อ สินค้าแต่ละ	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	4.49 (มาก)	4.10 (มาก)	4.21 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.82 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
สินค้าทันสมัย และสวยงาม	4.34 (มาก)	4.20 (มาก)	4.34 (มาก)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)
ความเพียงพอของจำนวน สินค้าที่จำหน่าย	4.18 (มาก)	4.32 (มาก)	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)
มีสินค้าพร้อมขายเมื่อลูกค้า ต้องการ	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
นโยบายการรับคืน หรือ เปลี่ยนสินค้า	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรับประกันสินค้า	4.39 (มาก)	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)
ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มี ปัญหา	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.41 (มาก)	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมา สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.68) และมีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน นโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และความเพียงพอของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าแต่ละ (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา สินค้าทันสมัย และสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.30) และชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านราคา	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กำหนดราคามีความเป็น มาตรฐาน	4.09 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)
มีราคาให้เลือกตามคุณภาพ สินค้า	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.93 (มาก)
การต่อรองราคาได้	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)
การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	4.64 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.47 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	4.27 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการทำ หลักประกันสินเชื่อ	4.48 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)
มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจน ถูกต้อง	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับ ราคา	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)
ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ	3.80 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)
ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ ได้รับการอนุมัติ	3.80 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.40 (มาก)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา ค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกันสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) และมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และมีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่ายจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า	4.61 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.45 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ	4.55 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)
บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ ชัดเจน สังกัดได้ง่าย	4.86 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)
มีสถานที่พักรอให้บริการแก่ ลูกค้า	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งาน	4.45 (มาก)	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้า	4.16 (มาก)	3.56 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
สามารถสั่งซื้อได้ทาง โทรศัพท์ แฟกซ์และอีเมลล์	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)
การเดินทางไปสะดวก	4.36 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)	4.27 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงินได้ หลายช่องทาง	3.95 (มาก)	4.32 (มาก)	4.26 (มาก)	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)
มีพนักงานเก็บเงินถึงสถานที่ ทำงาน	3.84 (มาก)	4.06 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานสินเชื่อคอยดูแล และบริการ	3.59 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.09 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกวงเงินเครดิต (เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บริษัทที่มีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีพนักงานสินเชื่อกอคุณดูแลและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา การเดินทางไปสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.54) และทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมา บริษัทที่มีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า และมีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา บริษัทที่มีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีพนักงานสินเชื่อกอคุณดูแลและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	4.27 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย น่าสนใจ เช่น ลด แลก แจก แถม	4.05 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)
มีจดหมาย หรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)
ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับบริการและเงื่อนไขพิเศษ	4.11 (มาก)	4.42 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	4.01 (มาก)
การสาธิตสินค้า	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดแสดงสินค้านำร้าน	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.29 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)
เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.66 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.15 (มาก)	3.87 (มาก)	4.14 (มาก)
มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) และลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.30) และการโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) และเงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น การจัดส่งสินค้าหน้าร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านบุคลากร	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาท ขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้ม แย้มแจ่มใส	4.77 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.46 (มาก)
พนักงานชายมีความรู้ความ เข้าใจในตัวสินค้า	4.66 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานส่งสินค้ามีความรู้ และทักษะในการประกอบ ติดตั้ง	4.27 (มาก)	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานส่งสินค้าให้การดูแล เอาใจใส่ในการให้บริการ	4.73 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานทุกคนมีความเป็น มิตร เต็มใจให้บริการ	4.73 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	4.27 (มาก)	4.39 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอในการ ให้บริการ	4.50 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.66 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)	4.30 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการ	4.73 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.39 (มาก)	4.23 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.59 (มากที่สุด)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานแผนกสินเชื่อ/ ติดตามหนี้มีความสุภาพ และ อภัยค้ำยดี	4.20 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่าง สม่ำเสมอ	4.66 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานแผนกการเงิน- สินเชื่อพูดจาสุภาพ	4.27 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.56 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000-100,000 บาท 100,001-300,000 บาท และ 300,000 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา พนักงานส่งสินค้าให้การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.73) และพนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพูดจาสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมา พนักงานแผนกสินเชื่อ/ติดตามหนี้มีความสุภาพ และอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.64) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของ บริษัทฯ	4.73 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย	4.77 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.18 (มาก)	4.38 (มาก)
สถานที่ภายนอกบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย	4.39 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในบริษัทฯมีบรรยากาศที่ ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง	4.77 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)
รูปแบบการจัดวางสินค้า ภายในบริษัทฯมีความสวยงาม	4.77 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.34 (มาก)
การจัดวางสินค้าและทางเดิน มีความสะดวกในการเลือก ซื้อสินค้า	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)
บริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกเพียงพอ ขณะ รอรับ บริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ ให้บริการ	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)
มีเครื่องมือ อุปกรณ์และ เทคโนโลยีที่ทันสมัย มา ให้บริการ	3.61 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)
อุณหภูมิภายในบริษัทฯเย็น สบาย ไม้อัด	4.70 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.46 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.73) และอุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.25) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และโอโถง (ค่าเฉลี่ย 4.20)



ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน	4.59 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)
ขั้นตอนในการซื้อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.39 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานขายแนะนำและแสดงตัวอย่างสินค้า	4.45 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
การจัดทำเอกสารการสั่งขาย,สั่งจองสินค้า	4.66	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)
กระบวนการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)
ความสะดวกในการขอสินเชื่อ	3.98 (มาก)	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)	4.07 (มาก)
ระยะเวลาในการขอสินเชื่อสั้น	4.18 (มาก)	4.44 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)
กระบวนการบันทึกข้อมูลที่อยู่ลูกค้ารวดเร็ว ถูกต้อง	4.23 (มาก)	4.28 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่นัดหมาย	4.25 (มาก)	3.60 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การบริการของพนักงานจัดส่ง	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)
การตอบคำถามและแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ทันที รวดเร็ว	4.18 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าพิเศษที่ไม่มีในสต็อก	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า รวดเร็ว	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)
กระบวนการออกไปสั่งซื้อที่รวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.50 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.99 (มาก)
ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้	4.18 (มาก)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)
ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกไปเสร็จ	4.57 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.19 (มาก)	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)
กระบวนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
การส่งสินค้าถูกต้อง	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	3.87 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงานของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกไปเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และกระบวนการออกไปสั่งซื้อที่รวดเร็ว และ ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาในการขอสินเชื่อสั้น (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความสะดวกในการขอสินเชื่อ กระบวนการบันทึกข้อมูลที่อยู่ลูกค้ารวดเร็ว ถูกต้อง ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อสั้น (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และกระบวนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	วงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ				
	ต่ำกว่า 50,000 บาท n=44	50,000 - 100,000 บาท n=50	100,001 - 300,000 บาท n=85	300,000 บาทขึ้นไป n=141	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.41 (มาก)	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.12 (มาก)	4.09 (มาก)	4.12 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.56 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.46 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ ต่ำกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 50,000 -100,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 100,001-300,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามวงเงินเครดิต(เงินเชื่อ) ที่ได้รับ 300,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05)



3.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าเงินเชื่อต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัทนภดลพานิช จำกัด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	เข้าของคนเดียว n=120	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด n=200	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)
มีสินค้าหลายหมวด (ชนิด) ครบถ้วน	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)
สินค้าในแต่ละหมวด (ชนิด) มีให้เลือก	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)
ความหลากหลายของยี่ห้อสินค้าแต่ละ	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
สินค้าทันสมัย และสวยงาม	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)
ความเพียงพอของจำนวนสินค้าที่จำหน่าย	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)
มีสินค้าพร้อมขายเมื่อลูกค้าต้องการ	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
นโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรับประกันสินค้า	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)
ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา	4.35 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.35) และชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่ายสินค้าทันสมัย และสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ สินค้าทันสมัย และสวยงาม ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว n=120	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด n=200	รวม N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)
การต่อรองราคาได้	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)
การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการทำหลักประกันสินเชื่อ	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)
มีป้ายบอกราคาสินค้าชัดเจนถูกต้อง	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.15 (มาก)
ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ	4.36 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.33) และระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความพอใจต่อวงเงินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา ระยะเวลาการให้เงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อ สินค้า	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)
มีที่จอดรถเพียงพอ	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)
บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ ง่าย	4.40 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)
มีสถานที่พักรอให้บริการแก่ลูกค้า	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	3.99 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.51 (มาก)	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)
สามารถสั่งซื้อได้ทาง โทรศัพท์ แฟกซ์ และอีเมลล์	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)
การเดินทางไปสะดวก	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)
มีช่องทางการชำระเงินได้หลายช่องทาง	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)
มีพนักงานเก็บเงินถึงสถานที่ทำงาน	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานสินเชื่อกองดูแลและบริการ	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท ธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ การเดินทางไปสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทฯ สะดวกในการเข้ามาซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา บริษัทมีป้ายชื่อมองเห็นได้ชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)
มีการส่งเสริมการขายน่าสนใจ เช่น ลด แลก แจก แดม	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)
มีจดหมาย หรือใบปลิวส่งตรงถึงลูกค้า	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)
ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและ เงื่อนไขพิเศษ	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)
การสาธิตสินค้า	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)
มีการให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และการโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา การโฆษณาของบริษัทฯ ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) และเงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ		
	—	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	เจ้าของคนเดียว n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.48 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)
พนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
พนักงานส่งสินค้ามีความรู้และทักษะในการประกอบติดตั้ง	4.07 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
พนักงานส่งสินค้าให้การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.14 (มาก)	4.26 (มาก)	4.21 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.37 (มาก)	4.38 (มาก)	4.37 (มาก)
พนักงานกิริยามารยาทที่ดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานแผนกสินเชื่อ/ติดตามหนี้มีความสุภาพและอหิชาศัยดี	4.34 (มาก)	4.26 (มาก)	4.29 (มาก)
พนักงานดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพูดจาสุภาพ	4.39 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา พนักงานแผนกการเงิน-สินเชื่อพุดจาสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) และพนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา พนักงานทุกคนมีความเป็นมิตร เต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของบริษัทฯ	4.61 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)
สถานที่ภายนอกบริษัทสะอาดเรียบร้อย	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)
ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอ้โง่	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)
รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความ สวยงาม	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)
การจัดวางสินค้าและทางเดินมีความสะดวกใน การเลือกซื้อสินค้า	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
บริษัทฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ขณะ รอรับบริการ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ มีน้ำดื่มไว้ให้บริการ	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)
มีเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาให้บริการ	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)
อุณหภูมิภายในบริษัทเย็นสบาย ไม่อึดอัด	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา สถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.45) และภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอโถง รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ภาพลักษณะ ชื่อเสียงของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมา รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในบริษัทมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสถานที่ภายในบริษัทฯ สะอาดเรียบร้อย ภายในบริษัทฯ มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม ทันสมัย และ โอโถง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.33)



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน ของร้าน	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
ขั้นตอนในการซื้อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานขายแนะนำและแสดงตัวอย่างสินค้า	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)
การจัดทำเอกสารการส่งขาย,ส่งของสินค้า	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
กระบวนการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
ความสะดวกในการขอสินเชื่อ	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)
ระยะเวลาในการขอสินเชื่อสั้น	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
กระบวนการบันทึกข้อมูลที่อยู่ลูกค้ารวดเร็ว ถูกต้อง	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตาม เวลาที่นัดหมาย	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การบริการของพนักงานจัดส่ง	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)
การตอบคำถามและแก้ปัญหาทางโทรศัพท์ได้ ทันที รวดเร็ว	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ		
	—	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	เจ้าของคนเดียว n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการตั้งซื้อสินค้าพิเศษที่ไม่มี ในสต็อก	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)
ขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า รวดเร็ว	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
กระบวนการออกไปสั่งซื้อที่รวดเร็ว และ ถูกต้อง	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)
ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกไปเสร็จ	4.26 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)
กระบวนการจัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)
การส่งสินค้าถูกต้อง	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา

ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการได้รับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา ขั้นตอนการรับชำระเงินและออกใบเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และระยะเวลาในการขอสินเชื่อต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทธุรกิจ		
	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด และบริษัท มหาชน จำกัด	รวม
	n=120	n=200	N=320
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม
 ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือปัจจัยด้าน
 บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ
 ลักษณะทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัท
 มหาชน จำกัด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย

4.28) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

- สินค้าหลักควรให้มีครบ เช่น เหล็ก ปูน ซีเมนต์ กระจก เบื้องปูพื้น ควรจัดโชว์สินค้าให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลาย สั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้ตามกำหนดที่ตกลงไป
- การตรวจสอบสต็อกสินค้าต้องว่องไวต่อวันเพื่อมิให้สินค้าขาดสต็อกบ่อยๆ
- ขอให้ปรับปรุงเรื่องการขนส่ง ควรมีการนัดหมายที่ชัดเจน
- ควรแจ้งราคาสินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงล่วงหน้า
- หากสินค้าไม่ครบควรแจ้งโดยเร็ว
- บริการจัดส่งสินค้าให้รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น