

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไหม่สตรีท จังหวัด เชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไหม่ สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของร้านไหม่สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไหม่ สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ และอายุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	174	69.60
หญิง	76	30.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.60 และเป็น เพศหญิง ร้อยละ 30.40

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 30 ปี	69	27.60
31 - 40 ปี	103	41.20
41 - 50 ปี	49	19.60
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	29	11.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 41.20 รองลงมาคือ อายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 27.60 อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 19.60 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	76	30.40
สมรส	170	68.00
หม้าย/หย่าร้าง	4	1.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สมรส ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 30.40 และ หม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	12	4.80
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	27	10.80
ปวส.หรืออนุปริญญา	93	37.20
ปริญญาตรี	105	42.00
ปริญญาโท	13	5.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า การศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ปวส.หรืออนุปริญญา ร้อยละ 37.20 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ร้อยละ 10.80 ปริญญาโท ร้อยละ 5.20 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 4.80

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	22.40
พนักงานบริษัทเอกชน	93	37.20
ธุรกิจส่วนตัว	72	28.80
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	21	8.40
เกษียณอายุ	8	3.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.20 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 28.80 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.40 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 8.40 และ เกษียณอายุ ร้อยละ 3.20

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	11	4.40
20,001 – 40,000 บาท	66	26.40
40,001 – 60,000 บาท	83	33.20
60,001 – 80,000 บาท	54	21.60
80,001 – 100,000 บาท	30	12.00
100,000 บาทขึ้นไป	6	2.40
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 40,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 33.20 รองลงมาคือ 20,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 26.40 60,001 – 80,000 บาท ร้อยละ 21.60 80,001 – 100,000 บาท ร้อยละ 12.00 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ร้อยละ 4.40 และ 100,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนาฬิกาข้อมือ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

จำนวนนาฬิกาข้อมือ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1 เรือน	11	4.40
2 - 3 เรือน	127	50.80
4 - 5 เรือน	74	29.60
มากกว่า 5 เรือน ขึ้นไป	38	15.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จำนวนนาฬิกาข้อมือ ที่มีอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 2 - 3 เรือน ร้อยละ 50.80 รองลงมาคือ 4 - 5 เรือน ร้อยละ 29.60 มากกว่า 5 เรือน ขึ้นไป ร้อยละ 15.20 และ 1 เรือน ร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ

ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบพลังงานถ่าน	95	38.00
ระบบพลังงานกล	132	52.80
ระบบพลังงานแสง	23	9.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 52.80 รองลงมาคือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 38.00 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ

ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล	81	32.40
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง	61	24.40
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์)	57	22.80
ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นยาง	8	3.20
ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นหนัง	25	10.00
ตัวเรือนและสายเป็นยาง	18	7.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 32.40 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 24.40 ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 22.80 ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นหนัง ร้อยละ 10.00 ตัวเรือนและสายเป็นยาง ร้อยละ 7.20 และ ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นยาง ร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของหน้าปัดนาฬิกา  
 ชั่วโมงที่ต้องการ

สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
สีเงิน	18	7.20
สีทอง	59	23.60
สีขาว	75	30.00
สีดำ	69	27.60
สีแดง	7	2.80
สีน้ำเงิน	10	4.00
สีเหลือง	8	3.20
สีชมพู	4	1.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สีขาว ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ สีดำ ร้อยละ 27.60 สีทอง ร้อยละ 23.60 สีเงิน ร้อยละ 7.20 สีน้ำเงิน ร้อยละ 4.00 สีเหลือง ร้อยละ 3.20 สีแดง ร้อยละ 2.80 และ สีชมพู ร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ของการชื้อนาฬิกาข้อมือ

จุดประสงค์ของการชื้อนาฬิกาข้อมือ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้ดูเวลา	133	53.20
เพื่อใช้เป็นเครื่องประดับ	45	18.00
เพื่อใช้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ	17	6.80
เพื่อใช้เป็นของสะสม	55	22.00
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า จุดประสงค์ของการซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อใช้ดูเวลา ร้อยละ 53.20 รองลงมาคือ เพื่อใช้เป็นของสะสม ร้อยละ 22.00 เพื่อใช้เป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 18.00 และ เพื่อใช้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อนาฬิกาข้อมือ

โอกาสในการซื้อนาฬิกาข้อมือ	จำนวน	ร้อยละ
วันคล้ายวันเกิด	43	17.20
วันสำคัญในเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน คริสต์มาส เป็นต้น	19	7.60
วันแต่งงาน/วันครบรอบแต่งงาน	9	3.60
วันเงินเดือน/โบนัสออก	11	4.40
ไม่มีโอกาสที่แน่นอน	164	65.60
อื่นๆ	4	1.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ สำเร็จการศึกษา (3 คน) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โอกาสในการซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ไม่มีโอกาสที่แน่นอน ร้อยละ 65.60 รองลงมาคือ วันคล้ายวันเกิด ร้อยละ 17.20 วันสำคัญในเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน คริสต์มาส เป็นต้น ร้อยละ 7.60 วันเงินเดือน/โบนัสออก ร้อยละ 4.40 วันแต่งงาน/วันครบรอบแต่งงาน ร้อยละ 3.60 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อนาฬิกาข้อมือ

แหล่งที่ซื้อนาฬิกาข้อมือ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายนาฬิกาในห้างสรรพสินค้า	156	62.40
ร้านขายนาฬิกาทั่วไป (นอกห้างสรรพสินค้า)	13	5.20
สั่งซื้อตามแคตตาล็อกของตัวแทนจำหน่าย	19	7.60
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	56	22.40
อื่นๆ	6	2.40
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ ฝากเพื่อนซื้อจากต่างประเทศ (4 คน) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า แหล่งที่ซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้านขายนาฬิกาในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 62.40 รองลงมาคือ สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 22.40 สั่งซื้อตามแคตตาล็อกของตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 7.60 ร้านขายนาฬิกาทั่วไป (นอกห้างสรรพสินค้า) ร้อยละ 5.20 และอื่นๆ ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการรู้จักร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการรู้จักร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
รู้จักด้วยตัวเอง / เจอหน้าร้านเอง	148	59.20
ครอบครัวหรือญาติแนะนำ	31	12.40
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	52	20.80
จากสื่อโฆษณาต่างๆ	9	3.60
ร้านนาฬิกาอื่นๆ แนะนำ	14	5.60
อินเทอร์เน็ต	82	32.80
อื่นๆ	5	2.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เป็นลูกค้าเก่าของร้าน (2 คน) รู้จักกับเจ้าของร้าน (2 คน) และ ไม่ระบุ (1 ราย)



จากตารางที่ 4.14 พบว่า วิธีการรู้จักร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ รู้จักด้วยตัวเอง / เจอหน้าร้านเอง ร้อยละ 59.20 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.80 เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 20.80 ครอบครัวหรือญาติแนะนำ ร้อยละ 12.40 ร้านนาฬิกาอื่นๆ แนะนำ ร้อยละ 5.60 จากสื่อโฆษณาต่างๆ ร้อยละ 3.60 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ผู้ร่วมงาน	31	12.40
บุคคลในครอบครัว	20	8.00
แฟน/คู่สมรส	73	29.20
ตัวท่านเอง	86	34.40
พนักงานของร้าน	28	11.20
ฟรีเซ็นเตอร์ของนาฬิกาข้อมือ	9	3.60
อื่นๆ	3	1.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ ญาติ พี่ น้อง (2 คน) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตนเอง ร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ แฟน/คู่สมรส ร้อยละ 29.20 เพื่อน/ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 12.40 พนักงานของร้าน ร้อยละ 11.20 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 8.00 ฟรีเซ็นเตอร์ของนาฬิกาข้อมือ ร้อยละ 3.60 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาโดยเฉลี่ยที่ซื้อนาฬิกาข้อมือจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

ราคาโดยเฉลี่ยที่ซื้อนาฬิกาข้อมือจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
10,001 – 30,000 บาท	94	37.60
30,001 – 50,000 บาท	73	29.20
50,001 – 70,000 บาท	52	20.80
70,001 – 90,000 บาท	19	7.60
มากกว่า 90,000 บาท ขึ้นไป	12	4.80
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ราคาโดยเฉลี่ยที่ซื้อนาฬิกาข้อมือจากร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 37.60 รองลงมาคือ 30,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 29.20 50,001 – 70,000 บาท ร้อยละ 20.80 70,001 – 90,000 บาท ร้อยละ 7.60 และ มากกว่า 90,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 4.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการซื้อมากที่สุด

ยี่ห้อของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Seiko	2	0.80
Casio	1	0.40
Orient	5	2.00
TAG Heuer	33	13.20
Tissot	64	25.60
Mido	10	4.00

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของนาฬิกาข้อมือที่  
ต้องการซื้อมากที่สุด (ต่อ)

ยี่ห้อของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Rado	75	30.00
Longines	8	3.20
Oris	15	6.00
Rolex	29	11.60
Luminox	5	2.00
Panerai	3	1.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ยี่ห้อของนาฬิกาข้อมือที่ความต้องการซื้อมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ Rado ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ Tissot ร้อยละ 25.60 TAG Heuer ร้อยละ 13.20 Rolex ร้อยละ 11.60 Oris ร้อยละ 6.00 Mido ร้อยละ 4.00 Longines ร้อยละ 3.20 Orient ร้อยละ 2.00 Luminox ร้อยละ 2.00 Panerai ร้อยละ 1.20 Seiko ร้อยละ 0.80 และ Casio ร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อนาฬิกาข้อมือที่ ร้านไท่สตรีท จังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลที่เลือกซื้อนาฬิกาข้อมือที่ ร้านไท่สตรีท จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มีคุณภาพดี	21	8.40
ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ	84	33.60
รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ	9	3.60
บริการที่ดีจากผู้ขาย	43	17.20
ราคาไม่แพง	10	4.00

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อนาฬิกาข้อมือที่ ร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

เหตุผลที่เลือกซื้อนาฬิกาข้อมือที่ ร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้	11	4.40
ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	33	13.20
สินค้าในร้านวางแยกประเภทเป็นหมวดหมู่	24	9.60
โปรโมชั่นที่น่าสนใจ	50	20.00
ความมีชื่อเสียงของทางร้าน	114	45.60
อื่นๆ	8	3.20

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

อื่นๆ ได้แก่ การให้คำปรึกษาที่ดี (4 คน) มีนาฬิกาในรุ่นที่ต้องการ (2 คน) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เหตุผลที่เลือกซื้อนาฬิกาข้อมือที่ ร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ความมีชื่อเสียงของทางร้าน ร้อยละ 45.60 รองลงมาคือ ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ ร้อยละ 33.60 โปรโมชั่นที่น่าสนใจ ร้อยละ 20.00 บริการที่ดีจากผู้ขาย ร้อยละ 17.20 ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ร้อยละ 13.20 สินค้าในร้านวางแยกประเภทเป็นหมวดหมู่ ร้อยละ 9.60 มีคุณภาพดี ร้อยละ 8.40 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ ร้อยละ 4.40 ราคาไม่แพง ร้อยละ 4.00 รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ ร้อยละ 3.60 และ อื่นๆ ร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไทม์สตรีท จังหวัด เชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ความหลากหลายของแบบ นาฬิกาข้อมือ	25 (10.00)	35 (14.00)	127 (50.80)	45 (18.00)	18 (7.20)	3.02 (ปานกลาง)	12
1.2 ความหลากหลายของขี้นก นาฬิกาข้อมือ	90 (36.00)	126 (50.40)	34 (13.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.22 (มาก)	2
1.3 คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ	53 (21.20)	124 (49.60)	38 (15.20)	23 (9.20)	12 (4.80)	3.73 (มาก)	6
1.4 ความสวยงามของสีสัน และลวดลายของนาฬิกา ข้อมือ	8 (3.20)	25 (10.00)	155 (62.00)	38 (15.20)	24 (9.60)	2.82 (ปานกลาง)	13
1.5 มีนาฬิกาข้อมือ รูปแบบ ใหม่ออกมาแสดงอย่าง สม่ำเสมอ	28 (11.20)	31 (12.40)	157 (62.80)	23 (9.20)	11 (4.40)	3.17 (ปานกลาง)	10
1.6 สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้	44 (17.60)	128 (51.20)	35 (14.00)	35 (14.00)	8 (3.20)	3.66 (มาก)	7
1.7 นาฬิกาข้อมือแต่ละรุ่นมี จำนวนเพียงพอต่อความ ต้องการ เช่น หากลูกค้า ต้องการนาฬิกา รุ่น เดียวกันมากกว่า 1 เรือน ทางร้านสามารถจัดทำให้ ได้ตามความต้องการ เป็น ต้น	4 (1.60)	5 (2.00)	54 (21.60)	165 (66.00)	22 (8.80)	2.22 (น้อย)	14

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.8 ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน	194 (77.60)	31 (12.40)	12 (4.80)	6 (2.40)	7 (2.80)	4.60 (มากที่สุด)	1
1.9 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	42 (16.80)	116 (46.40)	41 (16.40)	33 (13.20)	18 (7.20)	3.52 (มาก)	9
1.10 ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์ ของทางร้าน เช่น ถู หรือกล่องของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	23 (9.20)	37 (14.80)	149 (59.60)	30 (12.00)	11 (4.40)	3.12 (ปานกลาง)	11
1.11 มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และวิธีดูแลรักษานาฬิกาข้อมือของพนักงาน	53 (21.20)	135 (54.00)	28 (11.20)	23 (9.20)	11 (4.40)	3.78 (มาก)	4
1.12 มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ	47 (18.80)	142 (56.80)	33 (13.20)	28 (11.20)	0 (0.00)	3.83 (มาก)	3
1.13 มีบริการให้คำปรึกษาเรื่องทางเทคนิค ของนาฬิกาข้อมือ เช่น การใช้ฟังก์ชันพิเศษ การตั้งวันที่ ของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	56 (22.40)	109 (43.60)	32 (12.80)	31 (12.40)	22 (8.80)	3.58 (มาก)	8
1.14 สามารถส่งนาฬิกาข้อมือในรุ่นพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการได้	46 (18.40)	140 (56.00)	27 (10.80)	29 (11.60)	8 (3.20)	3.75 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.50</b> (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ใน ระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.60)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือ โดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และวิธีดูแลรักษานาฬิกาข้อมือ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) สามารถสั่งนาฬิกาข้อมือในรุ่นพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 3.73) สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีบริการให้คำปรึกษาเรื่องทางเทคนิค ของนาฬิกาข้อมือ เช่น การใช้ฟังก์ชันพิเศษ การตั้งวันที่ ของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่มีนาฬิกาข้อมือ รูปแบบใหม่ออกมาสแสดงอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.17) ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์ ของทางร้าน เช่น ถุง หรือกล่องของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.12) ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 3.02) และความสวยงามของสีสันทและลวดลายของนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่นาฬิกาข้อมือแต่ละรุ่นมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ เช่น หากลูกค้าต้องการนาฬิกาเรือนเดียวกันมากกว่า 1 เรือนทางร้านสามารถจัดหาให้ได้ตามความต้องการ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	51 (20.40)	116 (46.40)	35 (14.00)	26 (10.40)	22 (8.80)	3.59 (มาก)	4
2.2 ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้	41 (16.40)	141 (56.40)	38 (15.20)	30 (12.00)	0 (0.00)	3.77 (มาก)	2
2.3 ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน	181 (72.40)	39 (15.60)	22 (8.80)	4 (1.60)	4 (1.60)	4.56 (มากที่สุด)	1
2.4 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้	55 (22.00)	126 (50.40)	32 (12.80)	26 (10.40)	11 (4.40)	3.75 (มาก)	3
2.5 ความถี่ของการปรับราคานาฬิกาข้อมือ	21 (8.40)	34 (13.60)	153 (61.20)	27 (10.80)	15 (6.00)	3.08 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.75)

โดยความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.56)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ความถี่ของการปรับราคานาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 3.08)



ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง	187 (74.80)	35 (14.00)	19 (7.60)	6 (2.40)	3 (1.20)	4.59 (มากที่สุด)	1
3.2 การมีที่จอดรถที่เพียงพอของห้างสรรพสินค้า	8 (3.20)	26 (10.40)	134 (53.60)	54 (21.60)	28 (11.20)	2.73 (ปานกลาง)	10
3.3 เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ	41 (16.40)	120 (48.00)	36 (14.40)	20 (8.00)	33 (13.20)	3.46 (ปานกลาง)	6
3.4 ป้ายของร้านมองเห็นได้ชัดเจน	58 (23.20)	108 (43.20)	36 (14.40)	20 (8.00)	28 (11.20)	3.59 (มาก)	5
3.5 สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	41 (16.40)	153 (61.20)	36 (14.40)	20 (8.00)	0 (0.00)	3.86 (มาก)	2
3.6 ลูกค้านำสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ	36 (14.40)	136 (54.40)	34 (13.60)	31 (12.40)	13 (5.20)	3.60 (มาก)	4
3.7 Website/Facebook ของร้านให้รายละเอียดชัดเจน	11 (4.40)	27 (10.80)	147 (58.80)	38 (15.20)	27 (10.80)	2.83 (ปานกลาง)	9
3.8 มีบริการจัดส่งสินค้าไว้ให้ถึงบ้าน	1 (0.40)	10 (4.00)	47 (18.80)	167 (66.80)	25 (10.00)	2.18 (น้อย)	11

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.9 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมาย อีเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร เป็นต้น	31 (12.40)	35 (14.00)	133 (53.20)	32 (12.80)	19 (7.60)	3.11 (ปานกลาง)	7
3.10 ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม	61 (24.40)	111 (44.40)	36 (14.40)	17 (6.80)	25 (10.00)	3.66 (มาก)	3
3.11 มีพื้นที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	29 (11.60)	34 (13.60)	126 (50.40)	37 (14.80)	24 (9.60)	3.03 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.33 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทจัดจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

โดยความพึงพอใจต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.59)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม

(ค่าเฉลี่ย 3.66)ลูกค้าสามารถเลือกคูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และป้ายของร้านมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.46)มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11)มีพื้นที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.03)Website/Facebook ของร้านให้รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.83) และการมีที่จอดรถที่เพียงพอของห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่มีบริการจัดส่งสินค้าไว้ที่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.18)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไลน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น	13 (5.20)	32 (12.80)	156 (62.40)	26 (10.40)	23 (9.20)	2.94 (ปานกลาง)	9
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับร้าน	3 (1.20)	4 (1.60)	56 (22.40)	161 (64.40)	26 (10.40)	2.19 (น้อย)	10
4.3 การจัดรายการลดแลก แจกแถม เช่น ลดราคา ช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณ ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	53 (21.20)	111 (44.40)	41 (16.40)	26 (10.40)	19 (7.60)	3.61 (มาก)	4
4.4 มีการประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านช่องทาง เครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	29 (11.60)	37 (14.80)	121 (48.40)	38 (15.20)	25 (10.00)	3.03 (ปานกลาง)	8
4.5 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้ากับที่ร้านหลายชิ้น	51 (20.40)	113 (45.20)	36 (14.40)	33 (13.20)	17 (6.80)	3.59 (มาก)	5
4.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	101 (40.40)	123 (49.20)	26 (10.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.30 (มาก)	1
4.7 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	21 (8.40)	36 (14.40)	144 (57.60)	29 (11.60)	20 (8.00)	3.04 (ปานกลาง)	7
4.8 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	49 (19.60)	111 (44.40)	39 (15.60)	34 (13.60)	17 (6.80)	3.56 (มาก)	6

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.9 พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม	50 (20.00)	144 (57.60)	38 (15.20)	18 (7.20)	0 (0.00)	3.90 (มาก)	2
4.10 พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	46 (18.40)	126 (50.40)	42 (16.80)	25 (10.00)	11 (4.40)	3.68 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.39 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39)

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้ากับที่ร้านหลายชิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) และพนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.04) มีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.03) และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.19)

**ตารางที่ 4.23** แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไท่มสตรีท จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.50	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.75	มาก	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.33	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไท่มสตรีท จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของร้าน ไท่มสตรีท จังหวัดเชียงใหม่**

- ควรจัดพนักงานขาย และช่างซ่อมนาฬิกาให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ (5 ราย)
- ควรอธิบายรายละเอียดหรือข้อมูลของนาฬิกาแต่ละแบบให้มากกว่านี้ (3 ราย)
- ควรเพิ่มส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำมากกว่านี้ เช่น เมื่อลูกค้าซื้อเป็นเรือนที่ 2 เป็นต้น (3 ราย)
- ควรจัดทำเว็บไซต์ หรือ Facebook ของทางร้านอย่างเป็นทางการ (2 ราย)
- ควรนำนาฬิการุ่นใหม่มาแสดงมากกว่านี้ (2 ราย)
- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาจีน หรือญี่ปุ่นได้ด้วย (2 ราย)
- ควรประเมินราคานาฬิกาตั้งซื้อพิเศษให้ใกล้เคียงกับราคาขายจริง (1 ราย)
- ควรจัดห้องรับรองลูกค้าอย่างเป็นทางการเป็นกิจลักษณะ ในกรณีที่ลูกค้าซื้อนาฬิกาเสร็จแล้ว (1 ราย)

- ควรให้ลูกค้าสติกชื้อบนตัวนาฬิกาที่ซื้อได้ด้วย ในกรณีลูกค้าต้องการ (1 ราย)

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ**

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	n = 174	n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ	3.25 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
1.2 ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ	4.52 (มากที่สุด)	3.55 (มาก)
1.3 คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)
1.4 ความสวยงามของสีส้นและลวดลายของนาฬิกาข้อมือ	2.84 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
1.5 มีนาฬิกาข้อมือ รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	3.33 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
1.6 สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 นาฬิกาข้อมือแต่ละรุ่นมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ เช่น หากลูกค้าต้องการนาฬิการุ่นเดียวกันมากกว่า 1 เรือนทางร้านสามารถจัดหาให้ได้ตามความต้องการ เป็นต้น	2.26 (น้อย)	2.12 (น้อย)
1.8 ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน	4.56 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
1.9 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
1.10 ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์ ของทางร้าน เช่น ถุงหรือกล่องของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.07 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
1.11 มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และวิธีดูแลรักษา นาฬิกาข้อมือของพนักงาน	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)
1.12 มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
1.13 มีบริการให้คำปรึกษาเรื่องทางเทคนิค ของนาฬิกาข้อมือ เช่น การใช้ฟังก์ชันพิเศษ การตั้งวันที่ ของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)



ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 สามารถสั่งนาฬิกาข้อมือในรุ่นพิเศษตามที่ถูกคำ ต้องการได้	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และ มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และ วิธีดูแลรักษานาฬิกาข้อมือของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.75 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)
2.2 ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้	3.89 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
2.3 ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน	4.65 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)
2.4 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้	3.83 (มาก)	3.57 (มาก)
2.5 ความถี่ของการปรับราคาสินค้า	3.19 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.49</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.65) ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง	4.47 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)
3.2 การมีที่จอดรถที่เพียงพอของห้างสรรพสินค้า	2.69 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
3.3 เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
3.4 ป้ายของร้านมองเห็นได้ชัดเจน	3.54 (มาก)	3.71 (มาก)
3.5 สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)
3.6 ลูกค้านำสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
3.7 Website/Facebook ของร้านให้รายละเอียดชัดเจน	2.84 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
3.8 มีบริการจัดส่งสินค้าไว้ให้ถึงบ้าน	2.18 (น้อย)	2.17 (น้อย)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร เป็นต้น	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
3.10 ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)
3.11 มีพื้นที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.06 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.30</b> (ปานกลาง)	<b>3.38</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.47) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าในร้าน ได้เองอย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.64) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น	2.89 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับร้าน	2.23 (น้อย)	2.09 (น้อย)
4.3 การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณ ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
4.4 มีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	2.87 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
4.5 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าที่ร้านหลายชิ้น	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)
4.6 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าได้	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)
4.7 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	2.97 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4.8 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย n = 174	หญิง n = 76
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.9 พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
4.10 พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ การจัดรายการลดแลก แจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย n = 174		หญิง n = 76	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก	3.40	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	3.86	มาก	3.49	ปานกลาง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.30	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.33	ปานกลาง	3.51	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

**4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านโทมัสตรีท จังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามอายุ**

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ	2.55 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
1.2 ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ	3.49 (ปานกลาง)	4.44 (มาก)	4.46 (มาก)
1.3 คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ	3.83 (มาก)	3.55 (มาก)	3.88 (มาก)
1.4 ความสวยงามของสีสันทันและลวดลายของนาฬิกาข้อมือ	2.49 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
1.5 มีนาฬิกาข้อมือ รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
1.6 สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้	3.47 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)



ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 นาฬิกาข้อมือแต่ละรุ่นมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ เช่น หากลูกค้าต้องการนาฬิกาเรือนเดียวกันมากกว่า 1 เรือนทางร้านสามารถจัดหาให้ได้ตามความต้องการ เป็นต้น	2.20 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.27 (น้อย)
1.8 ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน	4.47 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)
1.9 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.30 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)
1.10 ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์ ของทางร้าน เช่น ถุง หรือกล่องของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.07 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
1.11 มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และวิธีดูแลรักษานาฬิกาข้อมือของพนักงาน	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)
1.12 มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือ โดยช่างมืออาชีพ	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)
1.13 มีบริการให้คำปรึกษาเรื่องทางเทคนิค ของนาฬิกาข้อมือ เช่น การใช้ฟังก์ชันพิเศษ การตั้งวันที่ ของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 สามารถสั่งนาฬิกาข้อมือในร้านพิเศษตามที่ ลูกค้าต้องการได้	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.32</b> (ปานกลาง)	<b>3.51</b> (มาก)	<b>3.64</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.44) และ สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และ สามารถสั่งนาฬิกาข้อมือในร้านพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.26 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.90 (มาก)
2.2 ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้	3.48 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
2.3 ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน	4.35 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
2.4 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้	3.27 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)
2.5 ความถี่ของการปรับราคาสินค้า	3.01 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.47</b> (ปานกลาง)	<b>3.84</b> (มาก)	<b>3.88</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาบนสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.56) ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาบนสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.70) ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง	4.62 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
3.2 การมีที่จอดรถที่เพียงพอของห้างสรรพสินค้า	2.62 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
3.3 เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
3.4 ป้ายของร้านมองเห็นได้ชัดเจน	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
3.5 สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)
3.6 ลูกค้านำสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)
3.7 Website/Facebook ของร้านให้รายละเอียดชัดเจน	2.47 (น้อย)	2.94 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3.8 มีบริการจัดส่งสินค้าไว้ให้ถึงบ้าน	2.20 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.05 (น้อย)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร เป็นต้น	3.01 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
3.10 ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.53 (มาก)
3.11 มีพื้นที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	2.94 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.28</b> (ปานกลาง)	<b>3.37</b> (ปานกลาง)	<b>3.32</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.62) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.62) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ ความสะดวก ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.51) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น	2.86 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับร้าน	2.10 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.28 (น้อย)
4.3 การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	3.21 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)
4.4 มีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	2.40 (น้อย)	3.08 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
4.5 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้ากับที่ร้านหลายชิ้น	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)
4.6 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	4.03 (มาก)	4.40 (มาก)	4.43 (มาก)
4.7 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
4.8 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)



ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ		
	21 - 30 ปี n = 69	31 - 40 ปี n = 103	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.9 พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)
4.10 พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปีมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.43) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ การจัดการรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณ ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไท่มัสตริท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อายุ					
	21 - 30 ปี n = 69		31 - 40 ปี n = 103		มากกว่า 40 ปีขึ้นไป n = 78	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.32	ปานกลาง	3.51	มาก	3.64	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.47	ปานกลาง	3.84	มาก	3.88	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.28	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.32	ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.21	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.51	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไท่มัสตริท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 21 - 30 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 31 - 40 ปีสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยด้านการ

ส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

#### 4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านโทมัสสตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของแบบนาฬิกาข้อมือ	2.87 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
1.2 ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ	4.07 (มาก)	4.21 (มาก)	4.34 (มาก)	4.42 (มาก)
1.3 คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)
1.4 ความสวยงามของสีสันทันและลวดลายของนาฬิกาข้อมือ	2.84 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
1.5 มีนาฬิกาข้อมือ รูปแบบใหม่ ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	3.18 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
1.6 สินค้าถูกต้องตามแบบ หรือรุ่นที่ได้สั่งไว้	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.7 นาฬิกาข้อมือแต่ละรุ่นมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ เช่น หากลูกค้าต้องการนาฬิการุ่นเดียวกันมากกว่า 1 เรือนทางร้านสามารถจัดหาให้ได้ตามความต้องการ เป็นต้น	2.31 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.19 (น้อย)
1.8 ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน	4.35 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
1.9 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.31 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)
1.10 ความเรียบร้อยของบรรจุภัณฑ์ของทางร้าน เช่น ถุง หรือกล่องของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.03 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
1.11 มีการอธิบายรายละเอียดของสินค้า และวิธีดูแลรักษา นาฬิกาข้อมือของพนักงาน	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.12 มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.69 (มาก)
1.13 มีบริการให้คำปรึกษาเรื่องทางเทคนิค ของนาฬิกาข้อมือ เช่น การใช้ฟังก์ชันพิเศษ การตั้งวันที่ ของนาฬิกาข้อมือ เป็นต้น	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)
1.14 สามารถตั้งนาฬิกาข้อมือในรุ่นพิเศษตามที่ถูกสั่งการได้	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	4.27 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.48</b> (ปานกลาง)	<b>3.55</b> (มาก)	<b>3.68</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ คุณภาพของนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.78) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ มีบริการซ่อมและทำความสะอาดนาฬิกาข้อมือโดยช่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของทางร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.75) ความหลากหลายของยี่ห้อนาฬิกาข้อมือ (ค่าเฉลี่ย 4.42) และ สามารถส่งนาฬิกาข้อมือในรุ่นพิเศษตามที่ลูกค้าต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.49 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.75 (มาก)
2.2 ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
2.3 ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน	4.42 (มาก)	4.49 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
2.4 ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
2.5 ความถี่ของการปรับราคานาฬิกาข้อมือ	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)	<b>3.76</b> (มาก)	<b>3.84</b> (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.42) ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาบนสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาบนสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ระบุราคาบนสินค้าไว้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.70) ความยืดหยุ่นในการต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และ ชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง	4.52 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
3.2 การมีที่จอดรถที่เพียงพอของห้างสรรพสินค้า	2.55 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
3.3 เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ	3.31 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)
3.4 ป้ายของร้านมองเห็นได้ชัดเจน	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)
3.5 สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.75 (มาก)
3.6 ลูกค้านำสามารถเลือกดูสินค้าในร้านได้เองอย่างอิสระ	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)
3.7 Website/Facebook ของร้าน ให้รายละเอียดชัดเจน	2.86 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
3.8 มีบริการจัดส่งสินค้าไว้ให้ถึงบ้าน	2.18 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.14 (น้อย)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.9 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร เป็นต้น	3.01 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
3.10 ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม	3.48 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)
3.11 มีพื้นที่นั่งรอสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	2.79 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.25</b> (ปานกลาง)	<b>3.35</b> (ปานกลาง)	<b>3.37</b> (ปานกลาง)	<b>3.42</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.52) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้า

สวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าในร้าน  
ได้เองอย่างอิสระ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มี  
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง  
(ค่าเฉลี่ย 4.64) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ  
(ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศ  
ภายในร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มี  
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง  
(ค่าเฉลี่ย 4.57) สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ  
(ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศ  
ภายในร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มี  
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ร้านอยู่ในห้างสรรพสินค้าซึ่งสะดวกต่อการเดินทาง  
(ค่าเฉลี่ย 4.61) เวลาเปิด-ปิดของร้านที่มีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ  
สินค้าของร้าน มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.75)  
ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ แผ่นประกาศ เป็นต้น	3.06 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับร้าน	2.31 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.06 (น้อย)	2.17 (น้อย)
4.3 การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
4.4 มีการประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม เช่น Facebook เป็นต้น	3.08 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
4.5 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้ากับที่ร้านหลายชิ้น	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)
4.6 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	4.23 (มาก)	4.39 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77	40,001 – 60,000 บาท n = 83	60,001 – 80,000 บาท n = 54	มากกว่า 80,000 บาท n = 36
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.7 พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
4.8 พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	3.36 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)
4.9 พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)
4.10 พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาทมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) การจัดรายการลดแลกแจกแถม เช่น ลดราคาช่วง Low season เทศกาลสำคัญ หรือ การแจกของสมนาคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย

3.86) และ พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้ากับที่ร้านหลายชิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) พนักงานแต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ และมีความสุภาพเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ พนักงานพูดจาสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท n = 77		40,001 – 60,000 บาท n = 83		60,001 – 80,000 บาท n = 54		มากกว่า 80,000 บาท n = 36	
	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.41	ปาน กลาง	3.48	ปาน กลาง	3.55	มาก	3.68	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.70	มาก	3.74	มาก	3.76	มาก	3.84	มาก
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	3.25	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.42	ปาน กลาง
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	3.40	ปาน กลาง	3.40	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้าน ไทม์สตรีท จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74)ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ



สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาทสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ และอายุ

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ และเพศ

ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบพลังงานถ่าน	97	55.75	35	46.05
ระบบพลังงานกล	63	36.21	32	42.11
ระบบพลังงานแสง	14	8.05	9	11.84
รวม	174	100.00	76	100.00

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 36.21 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 8.05 ตามลำดับ

และระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 46.05 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 42.11 และระบบพลังงานแสง ร้อยละ 11.84 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.40** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ และเพศ

ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล	57	32.76	24	31.58
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง	41	23.56	20	26.32
ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์)	46	26.44	11	14.47
ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นยาง	5	2.87	3	3.95
ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นหนัง	14	8.05	11	14.47
ตัวเรือนและสายเป็นยาง	11	6.32	7	9.21
<b>รวม</b>	<b>174</b>	<b>100.00</b>	<b>76</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 32.76 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 26.44 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 23.56 ตามลำดับ

และลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 31.58 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 26.32 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) และ ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นหนัง เท่ากัน ร้อยละ 14.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสีของหน้าปัดนาฬิกา  
 ชั่วโมงที่ต้องการ และเพศ

สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สีเงิน	16	9.20	2	2.63
สีทอง	45	25.86	14	18.42
สีขาว	46	26.44	29	38.16
สีดำ	44	25.29	25	32.89
สีแดง	7	4.02	0	0.00
สีน้ำเงิน	7	4.02	3	3.95
สีเหลือง	7	4.02	1	1.32
สีชมพู	2	1.15	2	2.63
<b>รวม</b>	<b>174</b>	<b>100.00</b>	<b>76</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.41 พบว่า สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่ คือ สีขาว ร้อยละ 26.44 รองลงมาคือ สีทอง ร้อยละ 25.86 และ สีดำ ร้อยละ 25.29 ตามลำดับ

และสีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ คือ สีขาว ร้อยละ 38.16 รองลงมาคือ สีดำ ร้อยละ 32.89 และ สีทอง ร้อยละ 18.42 ตามลำดับ

Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ และอายุ

ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ	21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบพลังงานถ่าน	38	55.07	53	51.46	27	55.10	14	48.28
ระบบพลังงานกล	24	34.78	41	39.81	17	34.69	13	44.83
ระบบพลังงานแสง	7	10.14	9	8.74	5	10.20	2	6.90
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100.00</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 55.07 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 34.78 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 10.14 ตามลำดับ

ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 51.46 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 39.81 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 8.74 ตามลำดับ

ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 55.10 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 34.69 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 10.20 ตามลำดับ

และ ระบบการทำงานของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ คือ ระบบพลังงานถ่าน ร้อยละ 48.28 รองลงมาคือ ระบบพลังงานกล ร้อยละ 44.83 และ ระบบพลังงานแสง ร้อยละ 6.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการ และอายุ

ลักษณะหรือแบบ ของนาฬิกาข้อมือที่ ต้องการ	21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเรือนและสาย เป็นสแตนเลสสตีล	25	36.23	28	27.18	18	36.73	10	34.48
ตัวเรือนและสาย เป็นสแตนเลสสตีล เคลือบสีทอง	18	26.09	26	25.24	13	26.53	4	13.79
ตัวเรือนและสาย เป็นสแตนเลสสตีล สีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์)	14	20.29	24	23.30	12	24.49	7	24.14
ตัวเรือนเป็นสแตน เลสสตีลแต่สายเป็น ยาง	1	1.45	6	5.83	1	2.04	0	0.00
ตัวเรือนเป็นสแตน เลสสตีลแต่สายเป็น หนัง	7	10.14	12	11.65	2	4.08	4	13.79
ตัวเรือนและสาย เป็นยาง	4	5.80	7	6.80	3	6.12	4	13.79
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100.00</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 36.23 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 26.09 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 20.29 ตามลำดับ

ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 27.18 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 25.24 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 23.30 ตามลำดับ

ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 36.73 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ร้อยละ 26.53 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 24.49 ตามลำดับ

และ ลักษณะหรือแบบของนาฬิกาข้อมือที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ คือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีล ร้อยละ 34.48 รองลงมาคือ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลสีเงินและสีทอง (สองกษัตริย์) ร้อยละ 24.14 และ ตัวเรือนและสายเป็นสแตนเลสสตีลเคลือบสีทอง ตัวเรือนเป็นสแตนเลสสตีลแต่สายเป็นหนัง และตัวเรือนและสายเป็นยาง เท่ากัน ร้อยละ 13.79 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสีของหน้าปัดนาฬิกา  
 ชั่วโมงที่ต้องการ และอายุ

สีของหน้าปัดนาฬิกา ชั่วโมงที่ต้องการ	21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สีเงิน	4	5.80	8	7.77	3	6.12	3	10.34
สีทอง	17	24.64	26	25.24	8	16.33	8	27.59
สีขาว	26	37.68	27	26.21	16	32.65	6	20.69
สีดำ	14	20.29	30	29.13	15	30.61	10	34.48
สีแดง	4	5.80	2	1.94	1	2.04	0	0.00
สีน้ำเงิน	1	1.45	6	5.83	3	6.12	0	0.00
สีเหลือง	2	2.90	3	2.91	1	2.04	2	6.90
สีชมพู	1	1.45	1	0.97	2	4.08	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100.00</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>	<b>49</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.44 พบว่า สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่ คือ สีขาว ร้อยละ 37.68 รองลงมาคือ สีทอง ร้อยละ 24.64 และ สีดำ ร้อยละ 20.29 ตามลำดับ

สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ คือ สีดำ ร้อยละ 29.13 รองลงมาคือ สีขาว ร้อยละ 26.21 และ สีทอง ร้อยละ 25.24 ตามลำดับ

สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ คือ สีขาว ร้อยละ 32.65 รองลงมาคือ สีดำ ร้อยละ 30.61 และ สีทอง ร้อยละ 16.33 ตามลำดับ

และ สีของหน้าปัดนาฬิกาชั่วโมงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ คือ สีดำ ร้อยละ 34.48 รองลงมาคือ สีทอง ร้อยละ 27.59 และ สีขาว ร้อยละ 20.69 ตามลำดับ