

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทเจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัดในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาชั้นสูงสุด รายได้ต่อเดือน อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนเครื่องปรับอากาศ เหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ “เทรน TRANE” สื่อกี่ทำให้รู้จักบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด เหตุผลในการเลือกใช้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ตารางที่ 1 - 10)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการและสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ตารางที่ 11 - 17)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ตารางที่ 18)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 19 - 25)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 26 - 32)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 33 - 39)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	84	56.00
หญิง	66	44.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 84 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเป็นเพศหญิง 66 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	10	6.67
26 – 35 ปี	67	44.67
36 – 45 ปี	40	26.67
46 – 55 ปี	22	14.67
55 ปีขึ้นไป	11	7.32
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มากที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมาคือ อายุ 36 – 45 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 อายุ 46 – 55 ปี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 อายุ 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.32 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	41	27.33
ปริญญาตรี	98	65.33
สูงกว่าปริญญาตรี	11	7.34
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 98 คน คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 27.33 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 7.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	30	20.00
10,001 – 20,000 บาท	71	47.33
20,001 – 30,000 บาท	23	15.33
30,001 – 40,000 บาท	12	8.00
40,000 บาทขึ้นไป	14	9.34
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 71 คน คิดเป็นร้อยละ 47.33 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 มีรายได้ต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.34 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	33.34
พนักงานบริษัทเอกชน	58	38.67
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	29	19.33
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5	3.33
อื่นๆ	8	5.33
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

อื่นๆ ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย 5 คน , รับจ้างทั่วไป 2 คน , นักวิจัยอิสระ 1 คน

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 รองลงคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	3	2.00
2 คน	9	6.00
3 คน	41	27.33
4 คน	61	40.67
5 คนขึ้นไป	36	24.00
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>



จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนสมาชิก 4 คนมากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 รองลงคือจำนวนสมาชิก 3 คน มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 จำนวนสมาชิก 5 คนขึ้นไป มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 จำนวนสมาชิก 2 คน มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และจำนวนสมาชิก 1 คน มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมีจำนวนเครื่องปรับอากาศ

จำนวนเครื่องปรับอากาศ	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	58	38.67
2 - 3 เครื่อง	55	36.67
4 - 5 เครื่อง	21	14.00
6 เครื่องขึ้นไป	16	10.66
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเครื่องปรับอากาศ 1 เครื่องมากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 รองลงคือจำนวนเครื่องปรับอากาศ 2 - 3 เครื่องมีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 จำนวนเครื่องปรับอากาศ 4 - 5 เครื่อง มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และจำนวนเครื่องปรับอากาศ 6 เครื่องขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.66 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ “ เทรน TRANE ”

เหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ “ เทรน TRANE ”	จำนวน	ร้อยละ
เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	96	64.00
ยี่ห้อนี้คนส่วนใหญ่นิยมใช้มีฉลากรับรอง	50	33.33
มีฉลากรับรองการประหยัดไฟ	92	61.33
การบริการที่ดี ทั้งก่อนการขาย และหลังการขาย	67	44.67
ราคาไม่แพง	22	14.67
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี	26	17.33
ส่วนประกอบและวัสดุที่ใช้ แข็งแรงทนทาน	63	42.00
ความเงียบขณะใช้งาน	44	29.33
มีระยะเวลาในการรับประกันนาน	73	48.67
ออกแบบภายนอกสวยงามทันสมัย	48	32.00
การแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก	56	37.33
มีการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)	16	10.67
เป็นยี่ห้อที่เคยใช้มาก่อน	46	30.67
หาซื้ออุปกรณ์ และอะไหล่ได้ง่าย	37	24.67
อื่นๆ โปรดระบุ .....	9	6.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ร้านอยู่ใกล้บ้าน 5 คน, มีบริการและตัวแทนจำหน่าย 3 คน , ไม่ระบุ 1 คน

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ , ผู้ตอบจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ “ เทรน TRANE ” คือ เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมีจำนวนทั้งสิ้น 96 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ มีฉลากรับรองการประหยัดไฟ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.33 มีระยะเวลาในการรับประกันนานจำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 48.67 การบริการที่ดี ทั้งก่อนการขาย และหลังการขาย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.67 ส่วนประกอบและวัสดุที่ใช้ แข็งแรงทนทาน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 การแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 ยี่ห้อนี้คนส่วนใหญ่นิยมใช้มีฉลากรับรองจำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 33.33 ออกแบบภายนอกสวยงามทันสมัย จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 32.00 เป็นยี่ห้อที่เคยใช้มาก่อนจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ

30.67 ความเจ็บขณะใช้งานจำนวน 44 คนคิดเป็นร้อยละ 29.33 หาซื้ออุปกรณ์ และอะไหล่ได้ง่าย จำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 24.67 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 17.33 มีราคาไม่แพง จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 14.67 มีการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 10.67 และอื่นๆ จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สื่อที่ทำให้รู้จักบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
การบอกปากต่อปาก	89	59.33
การแนะนำของพนักงานบริษัท	63	42.00
เห็นชื่อบริษัทจากป้ายหน้าร้านและการตกแต่งหน้าร้าน	76	50.67
เห็นชื่อบริษัทจากรถยนต์ของบริษัท	89	59.33
เห็นชื่อบริษัทจากชุดฟอร์มพนักงาน	62	41.33
แผ่นพับ ใบปลิว	19	12.67
ป้ายโฆษณาตามทางต่างๆ	16	10.67
วิทยุกระจายเสียง	5	3.33
การออกบู๊ทแสดงสินค้า	7	4.67
อื่นๆ	7	4.67

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ขับรถผ่านหน้าร้าน 2 คน , อยู่ใกล้บ้าน 4 คน , ที่ทำงานใช้อยู่ 1 คน

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ , ผู้ตอบจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัดส่วนใหญ่ คือ การบอกปากต่อปาก และเห็นชื่อบริษัทจากรถยนต์ของบริษัท มีจำนวนทั้งสิ้น 89 คนคิดเป็นร้อยละ 59.33 เท่ากัน รองลงมาคือเห็นชื่อบริษัทจากป้ายหน้าร้าน และการตกแต่งหน้าร้านจำนวน 76 คนคิดเป็นร้อยละ 50.67 การแนะนำของพนักงานบริษัท จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 42.00 เห็นชื่อบริษัทจากชุดฟอร์มพนักงานจำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 41.33 แผ่นพับ ใบปลิวจำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 12.67 ป้ายโฆษณาตามทางต่างๆ จำนวน 16 คน

คิดเป็นร้อยละ 10.67 การออกบู๊ทแสดงสินค้าและอื่นๆ จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 4.67 และจากวิทยุกระจายเสียงจำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

**ตารางที่ 10** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งสะดวกใกล้บ้านใกล้ที่ทำงาน หรือสถานประกอบธุรกิจ	68	45.33
การให้บริการที่รวดเร็ว	66	44.00
คุณภาพการบริการ	71	47.33
คำแนะนำจากเพื่อน หรือญาติ	72	48.00
พนักงานสุภาพ น่าเชื่อถือ	60	40.00
มีที่จอดรถ กว้างขวางและสะดวก	9	6.00
ค่าชักชวนของพนักงาน	27	18.00
บริษัทมีภาพพจน์ที่ดี/มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ	62	41.33
ราคาบริการมีความยุติธรรม/ไม่แพงจนเกินไป	28	18.67
อื่นๆ โปรดระบุ .....	7	4.67

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานเป็นกันเอง 4 คน , พนักงานมีความซื่อสัตย์ 1 คน , รู้จักเจ้าของ 2 คน

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ , ผู้ตอบจำนวน 150 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการเลือกใช้บริการบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด มากที่สุดได้แก่ คำแนะนำจากเพื่อน หรือญาติ มีจำนวนทั้งสิ้น 72 คนคิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือคุณภาพการบริการจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 47.33 ทำเลที่ตั้งสะดวกใกล้บ้านใกล้ที่ทำงาน หรือสถานประกอบธุรกิจจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 45.33 การให้บริการที่รวดเร็วจำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 44.00 บริษัทมีภาพพจน์ที่ดี/มีความมั่นคงน่าเชื่อถือจำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 41.33 พนักงานสุภาพ น่าเชื่อถือจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 40.00 ราคาบริการมีความยุติธรรม/ไม่แพงจนเกินไปจำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 18.67

ค่าชักชวนของพนักงานจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 18.00 มีที่จอดรถ กว้างขวางและสะดวก  
จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 6.00 และอื่นๆ จำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน	22 (14.67)	96 (64.00)	32 (21.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ขนาดและหลากหลายรูปแบบ	16 (10.67)	81 (54.00)	46 (30.67)	7 (4.67)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความ ทนทานสามารถใช้งานได้นาน	18 (12.00)	100 (66.67)	32 (21.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
คุณภาพด้านการทำความเย็น	34 (22.67)	85 (56.67)	31 (20.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)
คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น	20 (13.33)	90 (60.00)	40 (26.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.87 (มาก)
ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี	27 (18.00)	87 (58.00)	36 (24.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไว้ เสียงรบกวน	13 (8.67)	74 (49.33)	59 (39.33)	3 (2.00)	1 (0.67)	3.63 (มาก)
เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัย สวยสะดุดตา	17 (11.33)	62 (41.33)	66 (44.00)	4 (2.67)	1 (0.67)	3.60 (มาก)
การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์	35 (23.33)	79 (52.67)	36 (24.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99 (มาก)
ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์ นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น	42 (28.00)	82 (54.67)	25 (16.67)	1 (0.67)	0 (0.00)	4.10 (มาก)

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทอร์น TRANE”	59 (39.33)	70 (46.67)	20 (13.33)	1 (0.67)	0 (0.00)	4.25 (มาก)
ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”	39 (26.00)	79 (52.67)	32 (21.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น	26 (17.33)	65 (43.33)	56 (37.33)	3 (2.00)	0 (0.00)	3.76
การให้บริการหลังการขาย	29 (19.33)	69 (46.00)	52 (34.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85 (มาก)
บริการซ่อมบำรุง เช่นตรวจเช็คสภาพ เครื่องล่างแอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน/ ซ่อมบำรุง อุปกรณ์ชำรุด	36 (24.00)	75 (50.00)	38 (25.33)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.97 (มาก)
ใช้โปรแกรม Load Calculation ในการ คำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง	15 (10.00)	64 (42.67)	52 (34.67)	18 (12.00)	1 (0.67)	3.49 (ปานกลาง)
บริการออกแบบและคำนวณความ เหมาะสมของ ห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม	22 (14.67)	65 (43.33)	59 (39.33)	4 (2.67)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
เอกสารหรือใบรับประกันมีความ น่าเชื่อถือ	31 (20.67)	64 (42.67)	53 (35.33)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.87 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved



จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87)

โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทรน TRANE” (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.05) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.02) การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี)/ หลังประกัน/ ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทาน สามารถใช้งานได้นาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.85) เอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของ ห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบ ไร้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัย สวยสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.49)



**ตารางที่ 12** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคาของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	11 (7.33)	70 (46.67)	68 (45.33)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.61 (มาก)
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า หรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ	9 (6.00)	55 (36.67)	68 (45.33)	15 (10.00)	3 (2.00)	3.35 (ปานกลาง)
สามารถต่อรองราคาได้	11 (7.33)	65 (43.33)	67 (44.67)	6 (4.00)	1 (0.67)	3.53 (มาก)
ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็น ได้ชัดเจน	18 (12.00)	57 (38.00)	53 (35.33)	19 (12.67)	3 (2.00)	3.45 (ปานกลาง)
การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการ ติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอก ระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม	15 (10.00)	68 (45.33)	63 (42.00)	3 (2.00)	1 (0.67)	3.62 (มาก)
บริการชำระเงินด้วยเงินสด ระบบ โอนและเช็ค	39 (26.00)	74 (49.33)	35 (23.30)	2 (1.34)	0 (0.00)	4.00 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านราคาของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59)

โดยปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วยเงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35)

**ตารางที่ 13** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึง ได้สะดวกรวดเร็ว	42 (28.00)	59 (39.33)	46 (30.67)	2 (1.33)	1 (0.67)	3.93 (มาก)
สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถ มองเห็นได้เด่นชัด	40 (26.67)	60 (40.00)	49 (32.67)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
บริการจัดส่งสินค้าถึงที่	42 (28.00)	71 (47.33)	36 (24.00)	1 (0.67)	0 (0.00)	4.03 (มาก)
พื้นที่ของร้านกว้างขวาง	18 (12.00)	60 (40.00)	69 (46.00)	3 (2.00)	0 (0.00)	3.62 (มาก)
การวางผังร้านมีความเหมาะสม	12 (8.00)	53 (35.33)	84 (56.00)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.51 (มาก)
บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	40 (26.67)	69 (46.00)	36 (24.00)	5 (3.33)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83)

โดยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว และสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.93) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก	14 (9.33)	55 (36.67)	63 (42.00)	18 (12.00)	0 (0.00)	3.43 (ปานกลาง)
ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2	23 (15.33)	51 (34.00)	61 (40.67)	15 (10.00)	0 (0.00)	3.55 (มาก)
ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า	7 (4.67)	50 (33.33)	60 (40.00)	20 (13.33)	13 (8.67)	3.12 (ปานกลาง)
การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น	15 (10.00)	39 (26.00)	73 (48.67)	23 (15.33)	0 (0.00)	3.31 (ปานกลาง)
การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย	29 (19.33)	47 (31.33)	64 (42.67)	10 (6.67)	0 (0.00)	3.63 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	7 (4.67)	33 (22.00)	64 (42.67)	35 (23.33)	11 (7.33)	2.93 (ปานกลาง)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	20 (13.33)	45 (30.00)	76 (50.67)	9 (6.00)	0 (0.00)	3.51 (มาก)
การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น	15 (10.00)	23 (15.33)	76 (50.67)	34 (22.67)	2 (1.33)	3.10 (ปานกลาง)
การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน)	42 (28.00)	44 (29.33)	59 (39.33)	5 (3.33)	0 (0.00)	3.82 (มาก)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย(แปล ผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รายละเอียดความชัดเจนของเอกสาร แผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่าง ถูกวิธี	18 (12.00)	70 (46.67)	56 (37.33)	5 (3.33)	1 (0.67)	3.66 (มาก)
แถมอุปกรณ์ติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน	24 (16.00)	63 (42.00)	59 (39.33)	4 (2.67)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
โปรโมชั่นนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่	13 (8.67)	44 (29.33)	53 (35.33)	28 (18.67)	12 (8.00)	3.12 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัด กิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดย ผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น	13 (8.67)	27 (18.00)	59 (39.33)	28 (18.67)	23 (15.33)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.37 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริม  
การตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม  
เท่ากับ 3.37)

โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก  
โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน  
(ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ แถมอุปกรณ์ติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน  
(ค่าเฉลี่ย 3.71) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับคู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติ  
ผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.66) การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้า  
แต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.55) และป้าย  
โฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.31) ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า และโปรโมชั่นนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.12) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.93) และการแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือโปรโมชั่นในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.86)

**ตารางที่ 15** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง	30 (20.00)	73 (48.67)	45 (30.00)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.87 (มาก)
ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย	38 (25.33)	77 (51.33)	35 (23.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน	28 (18.67)	83 (55.33)	37 (24.67)	2 (1.33)	0 (0.00)	4.02 (มาก)
พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า	37 (24.67)	76 (50.67)	36 (24.00)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.99 (มาก)
พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค)	25 (16.67)	82 (54.67)	42 (28.00)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.87 (มาก)
วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ	34 (22.67)	78 (52.00)	36 (24.00)	1 (0.67)	1 (0.67)	3.95 (มาก)
ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง	35 (23.33)	78 (52.00)	36 (24.00)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การแต่งกายของพนักงาน มีความ น่าเชื่อถือ	32 (21.33)	66 (44.00)	50 (33.33)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.85 (มาก)
ความมีมารยาทและความสุภาพของ พนักงาน	33 (22.00)	74 (49.33)	43 (28.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	18 (12.00)	56 (37.33)	67 (44.67)	8 (5.33)	1 (0.67)	3.55 (มาก)
พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหา ตามมาภายหลัง	23 (15.33)	64 (42.67)	61 (40.67)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.72 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจปัจจัยด้านบุคลากรของบริษัท  
เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88)

โดยปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดย  
เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ  
พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความชำนาญในการ  
ให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.97)  
วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความมีมารยาทและความ  
สุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติ  
ผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความรู้ของพนักงานในการ  
ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง และพนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า  
ทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.85)  
พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.72) และพนักงานเพียงพอต่อ  
การให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.55)



ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	24 (16.00)	57 (38.00)	69 (46.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น	19 (12.67)	72 (48.00)	59 (39.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.73 (มาก)
ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง	17 (11.33)	85 (56.67)	48 (32.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.79 (มาก)
ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว	16 (10.67)	83 (55.33)	51 (34.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.77 (มาก)
ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 - 17.00 น.	14 (9.33)	79 (52.67)	55 (36.67)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือ ซ่อมบำรุงไปแล้ว	22 (14.67)	73 (48.67)	53 (35.33)	2 (1.33)	0 (0.00)	3.77 (มาก)
ความพร้อมบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที	17 (11.33)	61 (40.67)	66 (44.00)	6 (4.00)	0 (0.00)	3.59 (มาก)
ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	52 (34.67)	50 (33.33)	45 (30.00)	3 (2.00)	0 (0.00)	4.01 (มาก)
ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	54 (36.00)	59 (39.33)	35 (23.33)	2 (1.33)	0 (0.00)	4.10 (มาก)



ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ	54 (36.00)	57 (38.00)	39 (26.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในการแก้ไข	24 (16.00)	59 (39.33)	57 (38.00)	9 (6.00)	1 (0.70)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.81 (มาก)</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81)

โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.79) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว และกระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.70) การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในการแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.64) และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ	11 (7.33)	54 (36.00)	71 (47.33)	13 (8.67)	1 (0.67)	3.41 (ปานกลาง)
พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ	13 (8.67)	49 (32.67)	73 (48.67)	12 (8.00)	3 (2.00)	3.38 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่งสบายตา แอร์เย็น	16 (10.67)	58 (38.67)	64 (42.67)	9 (6.00)	3 (2.00)	3.50 (มาก)
บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม	16 (10.67)	45 (30.00)	69 (46.00)	17 (11.33)	3 (2.00)	3.36 (ปานกลาง)
มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ	25 (16.67)	57 (38.00)	62 (41.33)	4 (2.67)	2 (1.33)	3.66 (มาก)
อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี	25 (16.67)	60 (40.00)	64 (42.67)	1 (0.67)	0 (0.00)	3.73 (มาก)
อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย	16 (10.70)	66 (44.00)	67 (44.70)	1 (0.70)	0 (0.00)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53)

โดยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.66) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่งสบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.41) พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และบริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.36)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท เจียงแอนด์  
ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้  
บริการที่บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
<b>- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์</b>		
มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกน้อย	65	43.33
ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เช่น มีเสียงดัง ไม่เย็น เปลืองไฟ	8	5.33
การให้บริการหลังการขายไม่ดี ไม่ตรงตามที่ สัญญาไว้	7	4.67
การให้บริการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไม่เรียบร้อย	11	7.33
การให้บริการมีความผิดพลาด ทำให้ต้องมีการ แก้ไขตามภายหลัง	15	10.00
บริการตรวจเช็คสภาพและล้างแอร์หลังการ ติดตั้งในระยะเวลาประกันไม่ดี	7	4.67
<b>- ปัญหาด้านราคา</b>		
ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง	44	29.33
การคิดค่าบริการนอกเวลารับประกัน มี ราคาแพง	16	10.67
ต่อรองราคาไม่ได้	14	9.33
<b>- ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย</b>		
เดินทางมาร้านได้ยากลำบาก	4	2.67
การติดต่อบริษัทเป็นไปด้วยความยากลำบาก โทรศัพท์ที่ติดยาก	5	3.33
<b>- ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
ไม่มีส่วนลดให้กับลูกค้า	11	7.33
แผ่นพับ หรือเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ไม่ ละเอียดอ่านไม่เข้าใจ	7	4.67
ของสมนาคุณ หรือของชำร่วยที่มอบให้ลูกค้า ไม่มีคุณภาพ	9	6.00

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้บริการที่บริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
<b>- ปัญหาด้านบุคลากร</b>		
พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ	10	6.67
พนักงานมีการให้บริการไม่สุภาพ	5	3.33
พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในการติดตั้งและซ่อมบำรุง	3	2.00
พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้	12	8.00
พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้	41	27.33
พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า	25	16.67
พนักงานไม่รักษาความสะอาด	1	0.67
พนักงานไม่ได้แนะนำการใช้เครื่องปรับอากาศเบื้องต้น	14	9.33
พนักงานไม่ได้แนะนำอาการทางเทคนิคต่างๆให้เข้าใจ	21	14.00
<b>- ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
บริการเคลมอะไหล่ล่าช้า	27	18.00
ความล่าช้าในการขอเอกสารทางการเงิน	8	5.33
<b>- ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</b>		
เอกสารหรือใบรับประกันคุณภาพ ไม่มีความน่าเชื่อถือ	2	1.33
ที่จอดรถไม่สะดวก คับแคบ มีน้อย	30	20.00
การตกแต่งพื้นที่ในร้านและนอกร้านดูแล้วไม่น่าเชื่อถือ	3	2.00
การตกแต่งพื้นที่ในร้านไม่สวย ไม่น่าสนใจ	16	10.67
อื่นๆ	2	1.33

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

อื่นๆ ได้แก่ ติดต่อกับร้านยากลำบาก 2 คน

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกน้อย คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือการให้บริการมีความผิดพลาด ทำให้ต้องมีการแก้ไขตามมาภายหลัง คิดเป็นร้อยละ 10.00 การ

ให้บริการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไม่เรียบร้อย คิดเป็นร้อยละ 7.33 ผลกระทบที่ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เช่น มีเสียงดัง ไม่เย็น เปลืองไฟ คิดเป็นร้อยละ 5.33 และการให้บริการหลังการขายไม่ดี ไม่ตรงตามที่สัญญาไว้ พร้อมทั้งบริการตรวจเช็คสภาพและล้างแอร์หลังการติดตั้งในระยะเวลาประกันไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 4.67 เท่ากัน

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านราคาโดยเรียงลำดับตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ ผลกระทบที่มีราคาแพงคิดเป็นร้อยละ 29.33 รองลงมาคือ การคิดค่าบริการนอกระยะเวลาประกัน มีราคาแพงคิดเป็นร้อยละ 10.67 และต่อรองราคาไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 9.33

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการจัดจำหน่าย โดยเรียงลำดับตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ การติดต่อบริษัทเป็นไปด้วยความยากลำบาก โทรศัพท์ติดยาก คิดเป็นร้อยละ 3.33 และเดินทางมาร้านได้ยากลำบาก คิดเป็นร้อยละ 2.67

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเรียงลำดับตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ ไม่มีส่วนลดให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 7.33 รองลงมาคือ ของสมนาคุณ หรือของชำร่วยที่มอบให้ลูกค้าไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 6.00 และแผ่นพับ หรือเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ไม่ละเอียดอ่านไม่เข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 4.67

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านบุคลากร โดยเรียงลำดับตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ พนักงานไปไม่ตรงเวลาที่นัดไว้คิดเป็นร้อยละ 27.33 รองลงมาคือ พนักงานปฏิบัติงานล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 16.67 พนักงานไม่ได้แนะนำอาการทางเทคนิคต่างๆ ให้เข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานไม่ได้แนะนำการใช้เครื่องปรับอากาศเบื้องต้น คิดเป็นร้อยละ 9.33 พนักงานไม่สามารถตอบคำถามได้คิดเป็นร้อยละ 8.00 พนักงานแต่งกายไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 6.67 พนักงานมีการให้บริการไม่สุภาพ คิดเป็นร้อยละ 3.33 พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในการติดตั้งและซ่อมบำรุง คิดเป็นร้อยละ 2.00 และพนักงานไม่รักษาความสะอาดคิดเป็นร้อยละ 0.67

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านกระบวนการให้บริการเรียงลำดับ ตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ บริการเคลมอะไหล่ล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 18.00 และความล่าช้าในการขอเอกสารทางการเงิน คิดเป็นร้อยละ 5.33

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับ ตามปัญหามากที่สุด ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก คับแคบ มีน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ การตกแต่งพื้นที่ในร้านไม่สวย ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 10.67 การตกแต่งพื้นที่ในร้านและนอกร้านดูแล้วไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 2.00 เอกสารหรือใบรับประกันคุณภาพ ไม่มีความน่าเชื่อถือ และปัญหาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.33 เท่ากัน

**สรุปข้อเสนอแนะของเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด**

1. บริษัทควรมีบริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต 8 ราย
2. การจัดร้านควรน่าสนใจมากกว่านี้ 2 ราย
3. พนักงานไปไม่ตรงเวลานัดหมาย 5 ราย

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ**

**ตารางที่ 19** แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n=66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)
2. บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ขนาดและหลากหลายรูปแบบ	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทาน สามารถใช้งานได้นาน	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
4. คุณภาพด้านการทำความเย็น	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)
5. คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมท ควบคุมความเย็น	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
6. ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
7. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไว้ เสียงรบกวน	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
8. เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวย สะดุดตา	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
9. การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)



ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์ นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
11. ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทรน TRANE”	4.23 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
12. ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”	3.95 (มาก)	4.17 (มาก)	4.05 (มาก)
13. บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)
14. การให้บริการหลังการขาย	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
15. บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพ เครื่องล่างแอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้ง ต่อปี) / หลังประกัน/ ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ ชำรุด	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
16. ใช้โปรแกรม Load Calculation ในการ คำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง	3.52 (มาก)	3.45 (มาก)	3.49 (มาก)
17. บริการออกแบบและคำนวณความ เหมาะสมของ ห้องพักเพื่อเลือกขนาด และ รุ่นที่เหมาะสม	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)
18. เอกสารหรือใบรับประกันมีความ น่าเชื่อถือ	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.05) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.01) การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” พร้อมทั้งเอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.95) เท่ากัน ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) บริการซ่อมบำรุง เช่นตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 3.92) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.86) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.73) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือกขนาดและรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.60) และเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.57) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน และชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.17) การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) บริการซ่อมบำรุง เช่นตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 4.05) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.03) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน และผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.68) เอกสารหรือใบ

รับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน และเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา พร้อมทั้งบริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

**ตารางที่ 20** แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n=66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.57 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
2. ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ	3.37 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
3. สามารถต่อรองราคาได้	3.43 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)
4. ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ มองเห็นได้ชัดเจน	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
5. การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้าง แอร์ นอกระยะเวลาประกันมี ความเหมาะสม	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)
6. บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และการคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32) และป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)
2. สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด	3.80 (มาก)	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)
3. บริการจัดส่งสินค้าถึงที่	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
4. พื้นที่ของร้านกว้างขวาง	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)
5. การวางผังร้านมีความเหมาะสม	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.51 (มาก)
6. บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.82 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>

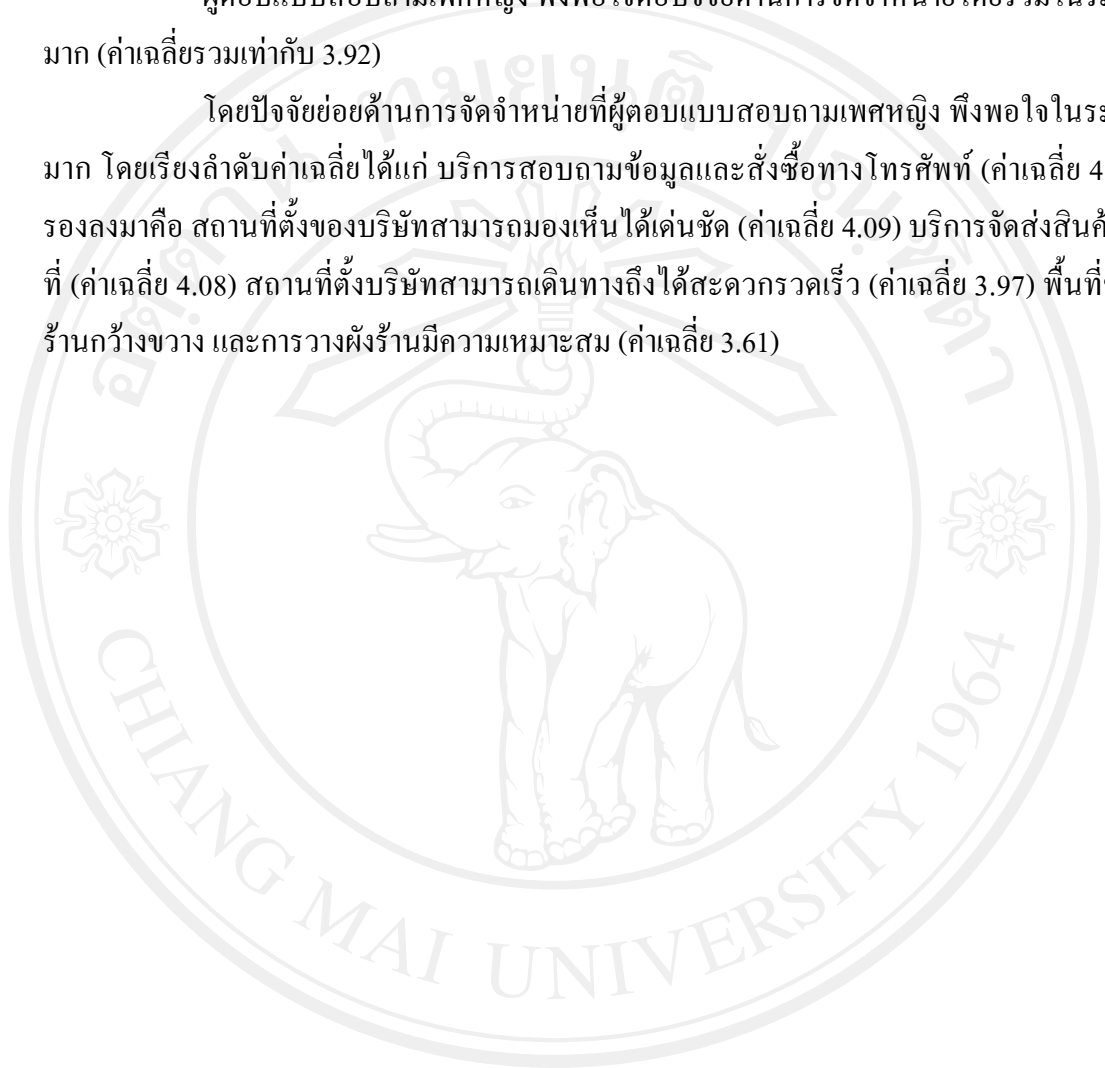
จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.89) บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และพื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสนใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสนใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.09) บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
2. ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2	3.49 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)
3. ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า	3.19 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4. การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
5. การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับ ลูกค้าแต่ละราย	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)
6. การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.98 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
7. ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	3.39 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)
8. การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น	3.10 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
9. การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้าง รถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)
10. รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การ ใช้งานอย่างถูกวิธี	3.58 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
11. แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล่องครอบท่อ ขา แขวน	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)



ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้านำร่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
12. โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่	3.13 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
13. การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมหรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น	2.90 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.35 (ปานกลาง)</b>	<b>3.38 (ปานกลาง)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.63) และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ปัจจัยย่อยด้านด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.39) ป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.39) การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.19) โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.13) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.98) และการแจ้งข่าวสาร

ต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสนใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสนใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล้องครอบทอขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.79) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.76) และป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสนใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ การบริหารจัดการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.24) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้นและ โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.11) เท่ากัน ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.88) และการแข่งขันท่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อ โทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทประกันชีวิตส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
2. ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้ อย่างเข้าใจได้ง่าย	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
3. มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)
4. พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)
5. พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)
6. วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)
7. ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
8. การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ	3.73 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)
9. ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยช่วยประสบการณ์ตลาด  
ด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ ตลอดเวลา	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)
11. พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหา ตามมาภายหลัง	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร  
โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจในระดับมาก โดย  
เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ  
พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความชำนาญในการ  
ให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.92)  
วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความมีมารยาทและความ  
สุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติ  
ผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานสนใจและเอาใจ  
ใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัว  
ผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการแต่งกายของพนักงาน มีความ  
น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และพนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย  
3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) มนุษย์สัมพันธ์ และอัธยาศัยของพนักงาน และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.05) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 4.03) การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุง ได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.92) และพนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.76) และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
3. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว	3.74 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)
5. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00-17.00 น.	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)
6. กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)
7. ความพร้อมบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ ทันที	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)
8. ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	3.81 (มาก)	4.26 (มาก)	4.01 (มาก)
9. ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	3.95 (มาก)	4.29 (มาก)	4.10 (มาก)
10. กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมี เอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และ ตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ	3.98 (มาก)	4.26 (มาก)	4.10 (มาก)
11. การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในการ แก้ไข	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>



จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.81) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง และกระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.76) เท่ากัน ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.74) ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ - การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในเข้าแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.63) และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.26) กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.80) กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70) ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ-การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในเข้าแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.65) และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.61)



ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน  
 สิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ		
	เพศชาย (n=84)	เพศหญิง (n= 66)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ	3.31 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
2. พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่ น่าสนใจ	3.27 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวาง โปร่ง สบายตา แอร์เย็น	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)
4. บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
5. มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความ น่าเชื่อถือ	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
6. อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้ดี	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)
7. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.47 (ปานกลาง)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.47)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32) และ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และพื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ และ อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอและการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.53) และพื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33 )	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
2. บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ขนาดและหลากหลายรูปแบบ	3.78 (มาก)	3.52 (มาก)	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทาน สามารถใช้งานได้นาน	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)
4. คุณภาพด้านการทำความเย็น	4.01 (มาก)	3.95 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)
5. คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมท ควบคุมความเย็น	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
6. ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	4.03 (มาก)	3.94 (มาก)
7. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไว้ เสียงรบกวน	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)
8. เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวย สะดุดตา	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
9. การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33 )	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์ นาน เช่น รับประกันอะไหล่ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)
11. ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทรน TRANE”	4.22 (มาก)	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)
12. ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.05 (มาก)
13. บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น	3.82 (มาก)	3.62 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
14. การให้บริการหลังการขาย	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)
15. บริการซ่อมบำรุง เช่นตรวจเช็คสภาพ เครื่องล้างแอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้ง ต่อปี) / หลังประกัน/ ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ ชำรุด	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
16. ใช้โปรแกรม Load Calculation ใน การคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง	3.56 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
17. บริการออกแบบและคำนวณความ เหมาะสมของ ห้องพักเพื่อเลือกขนาด และรุ่นที่เหมาะสม	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)
18. เอกสารหรือใบรับประกันมีความ น่าเชื่อถือ	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.01) ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 3.99) บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี)/หลังประกัน/ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.97) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.82) เอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.82) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.78) เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.08) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.95) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.90) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งการให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้ นาน และเอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพัก เพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.65) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย

(ค่าเฉลี่ย 3.62) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.55) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบและเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.15) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.12) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน พร้อมทั้งบริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 4.06) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานพร้อมทั้ง ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็นพร้อมทั้งการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) เอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.85) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้นพร้อมทั้งการให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.76) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา (ค่าเฉลี่ย 3.42)



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33 )	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)
2. ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับ ร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ	3.26 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
3. สามารถต่อรองราคาได้	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)
4. ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ มองเห็นได้ชัดเจน	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
5. การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความ เหมาะสม	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)
6. บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.53)



ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้านักค้าปลีกส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.สถานที่ตั้งบริษัทสามารถ เดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
2. สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถ มองเห็นได้เด่นชัด	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)
3. บริการจัดส่งสินค้าถึงที่	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	4.18 (มาก)	4.03 (มาก)
4. พื้นที่ของร้านกว้างขวาง	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)
5. การวางผังร้านมีความเหมาะสม	3.53 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.51 (มาก)
6.บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.92) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.90) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็วและสถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด พร้อมทั้ง บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.03) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.97) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก	3.43 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
2. ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.55 (มาก)
3. ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า	3.13 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4. การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น	3.35 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
5. การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย	3.60 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)
6. การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.90 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
7. ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
8. การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น	3.04 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
9. การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)
10. รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับคู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี	3.73 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
11. แคมเปญกระตุ้นคิดซื้อ เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)
12. โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่	3.13 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
13. การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมหรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น	2.92 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>	<b>3.32 (ปานกลาง)</b>	<b>3.42 (ปานกลาง)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.73) แคมเปญกระตุ้นคิดซื้อ เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.69) การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.60) และป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยย่อยด้านด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.43) การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.35) ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า และ โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.13) การโฆษณา -

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.92) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.85) และแถมอุปกรณ์ติดตั้ง เช่น กล้องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.63 )

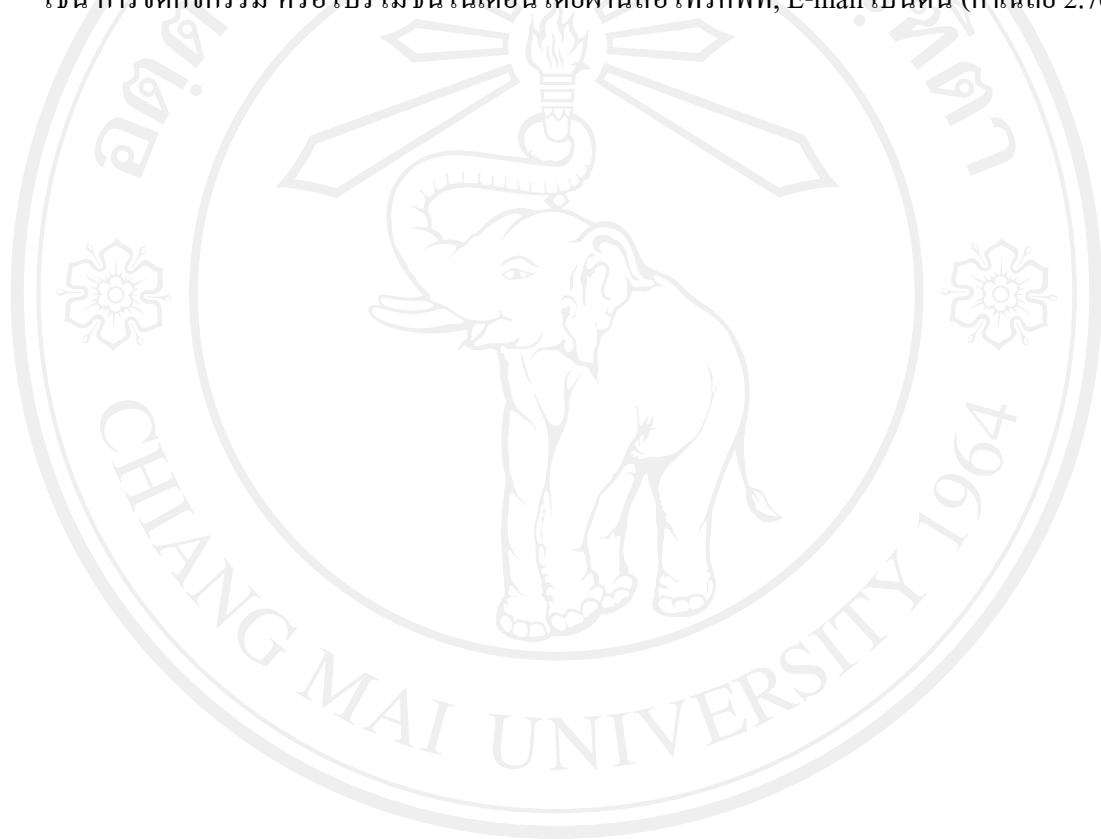
ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.48) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.45) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.45) การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก และการโฆษณา – ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.28) ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของช่วยเหลือ) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.13) โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.05) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.97) การแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อ โทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ แคมเปญติดตั้ง เช่น กล้องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) และรายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.76) และการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.61)



โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.24) โปรโมชันนำแอร์เก่ามา แลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.09) การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.97) และการแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือน โดยผ่านสื่อ โทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.76)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33 )	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
2. ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้ อย่างเข้าใจได้ง่าย	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	3.91 (มาก)
3. มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	4.15 (มาก)	4.02 (มาก)
4. พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
5. พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
6. วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
7. ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
8. การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	4.03 (มาก)	3.85 (มาก)
9. ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 30 ( ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33 )	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)
11. พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.91 (มาก)	3.72 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.98 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาคือ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.97) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) และความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.75) และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมาคือ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน และวิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และพนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง และการแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และพนักงานทำงานเรียบร้อย และไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่ายและพนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.06) การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ และความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง และพนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน(ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)	3.88 (มาก)	3.70 (มาก)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)
3. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง	3.92 (มาก)	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)
5. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 - 17.00 น.	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)
6. กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)
7. ความพร้อมบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ ทันที	3.57 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.59 (มาก)
8. ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	4.01 (มาก)	3.85 (มาก)	4.18 (มาก)	4.01 (มาก)
9. ความถูกต้องของการออกเอกสารทาง การเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.10 (มาก)
10. กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมี เอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และ ตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)	4.10 (มาก)

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n= 40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
11. การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในการ แก้ไข	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.85 (มาก)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.92) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.57) และการรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในเข้าแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่นใบเสร็จรับเงิน

ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.85) กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.73) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในเข้าแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.65) และความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปีพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในเข้าแก้ไข (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น และกระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.79) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.73) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.70) และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.64)



ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้านักค้าปลีกค้าส่งส่วนประสมการตลาดด้านสิ่ง  
นำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n=77)	36-45 ปี (n=40)	46 ปีขึ้นไป (n=33)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
2. พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น	3.52 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
4. บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม	3.29 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
5. มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความ น่าเชื่อถือ	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)
6. อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ใน สภาพที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)
7. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.85 (มาก)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.46 (ปานกลาง)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีพึงพอใจต่อ  
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.52)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือ  
เท่ากับ 35 ปี พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อม  
บำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่นสะดุดตา



มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.52)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี พึงพอใจในระดับปานกลางโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และบริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปีพึงพอใจต่อย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมาคือ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.60) และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.37) บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และพื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไปพึงพอใจต่อย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งานได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ และพื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ พร้อมทั้งบริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป พึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตาแอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)
2.บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ขนาดและหลากหลายรูปแบบ	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความ ทนทานสามารถใช้งานได้นาน	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)
4. คุณภาพด้านการทำความเย็น	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)
5. คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)
6. ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
7. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้ เสียงรบกวน	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
8. เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัย สวยสะดุดตา	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n = 30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n = 49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
9. การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
10. ระยะเวลาการรับประกันตัว ผลิตภัณฑ์นาน เช่น รับประกันอะไหล่ ทุกชนิด ระยะเวลา 1 ปี Compressor 5 ปี เป็นต้น	4.27 (มาก)	4.03 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)
11. ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ “เทรน TRANE”	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)
12. ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์”	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.05 (มาก)
13. บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
14. การให้บริการหลังการขาย	3.73 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)
15. บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็ค สภาพเครื่องส้างแอร์ 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน/ ซ่อมบำรุง อุปกรณ์ชำรุด	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)
16. ใช้โปรแกรม Load Calculation ใน การคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
17. บริการออกแบบและคำนวณความ เหมาะสมของ ห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.70 (มาก)

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n=30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n=49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
18. เอกสารหรือใบรับประกันมีความ น่าเชื่อถือ	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) / หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.93) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน และ เอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.90) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.87) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดีและชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” พร้อมทั้งบริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาด และหลากหลายรูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน พร้อมทั้งการให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะดุดตาและบริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เจียบไ้เสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.60) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาท พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ คุณภาพด้านการทำความเย็น และระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี และการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) /หลังประกัน / ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.85) เอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เคลื่อนย้าย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เงียบไร้เสียงรบกวน และเครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะอาดตา พร้อมทั้งบริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือกขนาด และรุ่นที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.65) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ขึ้นไป พึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88)

โดย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ขึ้นไป พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ TRANE (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัทผู้แทนจำหน่าย “เจียงแอนด์ซันส์” (ค่าเฉลี่ย 4.24) ระยะเวลาการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์นาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) คุณภาพด้านการทำความเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.06) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้านความทนทานสามารถใช้งานได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานและการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) บริการซ่อมบำรุง เช่น ตรวจเช็คสภาพเครื่องล้างแอร์ฟรี 1 ปีหลังการติดตั้ง (4 ครั้งต่อปี) /หลังประกัน/ซ่อมบำรุงอุปกรณ์ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ผลิตภัณฑ์มีการประหยัดไฟฟ้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) คุณภาพของอุปกรณ์ประกอบ เช่น รีโมทควบคุมความเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.90) การให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) บริการออกแบบและคำนวณความเหมาะสมของห้องพักเพื่อเลือก ขนาด และรุ่นที่เหมาะสม และเอกสารหรือใบรับประกันมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.78) บริษัทมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายขนาดและหลากหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.76) บริการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

เคลื่อนย้าย เป็นต้น(ค่าเฉลี่ย 3.67) และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น เจียบไว้เสียบรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เครื่องปรับอากาศมีรูปโฉมที่ทันสมัยสวยสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.47) และใช้โปรแกรม Load Calculation ในการคำนวณ Load ที่แท้จริงของห้อง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของบริษัท เจียงเอนค้ชัณส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 -20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
2. ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้า หรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
3. สามารถต่อรองราคาได้	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)
4. ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็น ได้ชัดเจน	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
5. การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการ ติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ นอก ระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)
6. บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบ โอนและเช็ค	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.58 (มาก)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>



จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุง ล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน และการคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุง ล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป พึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการชำระเงินด้วย เงินสด ระบบโอนและเช็ค (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ การคิดค่าบริการต่างๆ เช่น บริการติดตั้ง ซ่อมบำรุง ล้างแอร์ นอกระยะเวลาประกันมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป พึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n = 30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n = 49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)
2. สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)
3. บริการจัดส่งสินค้าถึงที่	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)	4.03 (มาก)
4. พื้นที่ของร้านกว้างขวาง	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)
5. การวางผังร้านมีความเหมาะสม	3.37 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
6. บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	3.96 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด และบริการสอบถามข้อมูล และสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยย่อยการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.92) บริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.62) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97)

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้าถึงที่ และบริการสอบถามข้อมูลและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งบริษัทสามารถเดินทางถึงได้สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่ตั้งของบริษัทสามารถมองเห็นได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.06) พื้นที่ของร้านกว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการวางผังร้านมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
2. ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือ การซื้อครั้งที่ 2	3.37 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)
3. ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า	3.07 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
4. การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ ในแต่ละรุ่น	3.40 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
5. การเสนอ Package การติดตั้ง ที่ เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)
6. การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	2.77 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
7. ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
8. การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ แผ่น พับ นิตยสาร เป็นต้น	2.90 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
9. การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ ร้าน ผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n=30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n=49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับคู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)
11. แคมเปญกระตุ้นยอดขาย เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)
12. โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
13. การแข่งขันทัวร์ต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น	2.77 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.30 (ปานกลาง)</b>	<b>3.40 (ปานกลาง)</b>	<b>3.36 (ปานกลาง)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.30)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ การเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.73)

รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.63) และแผนอุปกรณ์ติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น และป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.37) ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.07) โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.00) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.90) และการโฆษณาทางสื่อวิทยุ และการแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 -20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คัน) (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ แผนอุปกรณ์ติดตั้ง เช่น กล่องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.65) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.62) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 และป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการเสนอ Package การติดตั้ง ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมาคือ การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.37) ของสมนาคุณ (ของแถม,ของแจก,ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น และ โปรโมชันนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.21) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และการแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชันในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.01)



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับมากโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ร้านผ่านป้ายข้างรถบริการของทางร้าน (ทั้งหมด 8 คั่น) (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ แคมเปญการตลาดที่ดึงดูดใจ เช่น กล้องครอบท่อ ขาแขวน (ค่าเฉลี่ย 3.88) การเสนอ Package การติดตั้งที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย (ค่าเฉลี่ย 3.76) รายละเอียดความชัดเจนของเอกสารแผ่นพับ คู่มือการแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การใช้งานอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกหรือการซื้อครั้งที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.67) และป้ายโฆษณาหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าซื้อครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ การสาธิตการทำงานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.16) การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ นิตยสาร เป็นต้น และโปรโมชั่นนำแอร์เก่ามาแลกแอร์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.06) ของสมนาคุณ (ของแถม, ของแจก, ของชำร่วย) ที่มอบให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.98) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.78) และการแจ้งข่าวสารต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม หรือ โปรโมชั่นในเดือนโดยผ่านสื่อโทรศัพท์, E-mail เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.69)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแม็คซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n=30)	10,001 - 20,000 บาท (n=71)	20,001 ขึ้นไป (n=49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรู้ของพนักงานในการให้ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)
2. ทักษะในการสื่อสารของ พนักงานในการอธิบายคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุง ได้อย่างเข้าใจได้ง่าย	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	4.08 (มาก)	3.91 (มาก)
3. มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของ พนักงาน	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)
4. พนักงานให้ความสำคัญและเอา ใจใส่ความต้องการลูกค้า	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	3.99 (มาก)
5. พนักงานสนใจและเอาใจใส่ ลูกค้าทุกคน(ความเสมอภาค)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)
6. วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความ ชำนาญและความเชี่ยวชาญ	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)
7. ความชำนาญในการให้บริการ ของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)
8. การแต่งกายของพนักงาน มีความ น่าเชื่อถือ	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	4.12 (มาก)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
9. ความมีมารยาทและความสุภาพของ พนักงาน	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)
10. พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ตลอดเวลา	3.30 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.59 (มาก)	3.55 (มาก)
11. พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มี ปัญหาตามมาภายหลัง	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.84 (มาก)	3.72 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และ อธิษาศัยของพนักงาน และความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการ ล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือ ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.93) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและ ความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทักษะในการ สื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ ง่าย และ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) การแต่งกายของพนักงาน มี ความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และพนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท พึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และ พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.77) การแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.68) และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00)

โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ความชำนาญในการให้บริการของช่างประจำร้าน เช่น การติดตั้ง บริการล้างแอร์ บริการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ พนักงานให้ความสำคัญและเอาใจใส่ความต้องการลูกค้า และการแต่งกายของพนักงาน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.12) มนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ทักษะในการสื่อสารของพนักงานในการอธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และซ่อมบำรุงได้อย่างเข้าใจได้ง่าย และ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) วิศวกรดูแลงานติดตั้ง มีความชำนาญและมีความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความรู้ของพนักงานในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ การติดตั้ง และการซ่อมบำรุง (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าทุกคน (ความเสมอภาค) (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานทำงานเรียบร้อยและไม่มีปัญหาตามมาภายหลัง (ค่าเฉลี่ย 3.84) และพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแม็คชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n = 30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n = 49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ความรวดเร็วในการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การ ติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
3. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้ง ถูกต้อง	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)
4. ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้ง รวดเร็ว	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)
5. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 - 17.00น.	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)
6. กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อม บำรุงไปแล้ว	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
7. ความพร้อมบริษัทในการให้บริการ ลูกค้าได้ทันที	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.59 (มาก)
8. ความรวดเร็วในการออกเอกสาร ทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)	4.24 (มาก)	4.01 (มาก)
9. ความถูกต้องของการออกเอกสาร ทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	4.33 (มาก)	4.10 (มาก)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
10. กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)
11. การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในการแก้ไข	3.40 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73)

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว พร้อมทั้งช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.77) กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความรวดเร็วในการ



จัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81)

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.94) กระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง และขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.70) การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.66) และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85)

โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถูกต้องของการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการออกเอกสารทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบกำกับภาษี และกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีเอกสารให้ลูกค้าเซ็นรับก่อนการติดตั้ง และตรวจสอบการทำงานหลังติดตั้งเสร็จ (ค่าเฉลี่ย 4.24) การรับแจ้งปัญหาและความรวดเร็วในแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.76) การให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การติดตั้ง ซ่อมบำรุงล้างแอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความรวดเร็วในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และกระบวนการติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าภายหลังการติดตั้ง หรือซ่อมบำรุงไปแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.71) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้งถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ขั้นตอนการซื้อและการติดตั้ง

รวดเร็ว และความพร้อมของบริษัทในการให้บริการลูกค้าได้ทันที ( ค่าเฉลี่ย 3.65) และช่วงเวลาที่เปิดให้บริการลูกค้า 8.00 – 17.00 น.(ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของบริษัท เจียงแอนด์ซันส์ (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (n =30)	10,001 - 20,000 บาท (n = 71)	20,001 ขึ้นไป (n =49)	รวม (n=150)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง เพียงพอ	3.33 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
2. พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่ น่าสนใจ	3.30 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
3. การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวาง โปร่งสบายตา แอร์เย็น	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
4. บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม	3.20 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
5. มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มี ความน่าเชื่อถือ	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
6. อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุง อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้ดี	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
7. อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความ ทันสมัย	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.45 (ปานกลาง)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งาน ได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมาคือ พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และบริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งาน ได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ มีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ บริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ และพื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50)

โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุปกรณ์ในการติดตั้งหรือซ่อมบำรุงอยู่ในสภาพ ที่พร้อมใช้งาน ได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีป้ายชื่อร้านค้าเด่น สะดุดตา มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมาคือ การตกแต่งภายในร้านค้ากว้างขวางโปร่ง สบายตา แอร์เย็น (ค่าเฉลี่ย 3.39) พื้นที่แสดงสินค้า สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และบริเวณหน้าร้านตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.29)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved