

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในหัวข้อเรื่องศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
(ตารางที่ 1 – ตารางที่ 7)

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ประเภทรถยนต์ที่เป็นเจ้าของ
- แหล่งผลิตรถยนต์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 8 – ตารางที่ 19) ประกอบด้วย

- ระยะเวลาการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง
- เหตุผลในการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง
- การจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสง
- ยี่ห้อฟิล์มกรองแสงที่จดจำได้
- แหล่งที่ทำให้รู้จักยี่ห้อฟิล์มกรองแสงที่ซื้อและติดตั้ง
- เหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง
- ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง
- แหล่งที่ซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง
- เหตุผลที่เลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงจากแหล่งที่ระบุ
- ความคิดเห็นของเจ้าของรถยนต์ กรณีที่ไม่มีฟิล์มกรองแสงยี่ห้อที่ต้องการ
- เหตุผลในการเปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่นแทน

- ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 20 – ตารางที่ 27) ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ปัจจัยด้านราคา (Price)
- ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ปัจจัยด้านบุคคล (People)
- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- ปัจจัยด้านกระบวนการ (Processes)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์ (ตารางที่ 28 – ตารางที่ 34)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้อฟิล์มกรองแสงของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 35 – ตารางที่ 41) ประกอบด้วย

- ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ปัญหาด้านราคา (Price)
- ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ปัญหาด้านบุคคล (People)
- ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
- ปัญหาด้านกระบวนการ (Processes)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	179	54.2
หญิง	151	45.8
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าเจ้าของรถยนต์ ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	161	48.8
31 – 40 ปี	104	31.5
41 – 50 ปี	50	15.2
50 ปีขึ้นไป	15	4.5
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าเจ้าของรถยนต์ ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	6	1.8
มัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา	61	18.5
ปริญญาตรี	228	69.1
สูงกว่าปริญญาตรี	35	10.6
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมา คือระดับมัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	73	22.1
ลูกจ้าง/พนักงานองค์กรเอกชน	171	51.8
เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว	70	21.2
อื่นๆ	16	4.9
รวม	330	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นักศึกษา

จากตารางที่ 4 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานองค์กรเอกชน มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และเป็นเจ้าของธุรกิจหรือมีธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	107	32.4
10,001 – 30,000 บาท	177	53.6
30,001 – 50,000 บาท	29	8.8
มากกว่า 50,000 บาท	17	5.2
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามประเภทรถยนต์

ประเภทรถยนต์ที่เป็นเจ้าของ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถเก๋ง)	219	66.4
รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ)	79	23.9
ทั้ง 2 ประเภท	32	9.7
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าเจ้าของรถยนต์ ส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งเพียงอย่างเดียว มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาคือรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะเพียงอย่างเดียว มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และเป็นเจ้าของรถยนต์ทั้งสองประเภท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามแหล่งผลิตรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์

แหล่งผลิตรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ในยุโรป	41	12.4
ในเอเชีย	273	82.7
ทั้งในยุโรปและเอเชีย	16	4.9
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของรถยนต์ที่มีการผลิตในเอเชีย มีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 82.7 รองลงมาคือผลิต ในยุโรปและอเมริกา มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และผลิตทั้งในเอเชีย ยุโรปและอเมริกามีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามระยะเวลาการเปลี่ยน  
ฟิล์มกรองแสง

ระยะเวลาการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง	จำนวน	ร้อยละ
ทุก 3 ปีหรือต่ำกว่า	32	9.7
ทุก 5 ปี	57	17.3
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	241	73.0
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง  
สำหรับรถยนต์เมื่อใช้งานแล้วมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ  
ทุก 5 ปี มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ 3 ปีหรือต่ำกว่า มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 9 แสดงอันดับความสำคัญของเหตุผลในการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของ  
เจ้าของรถยนต์

เหตุผลในการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง สำหรับรถยนต์	จำนวนเจ้าของรถยนต์ ตามอันดับความสำคัญ			ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 1)	
ต้องการเปลี่ยนสีและความเข้มของฟิล์มกรองแสง แบบใหม่ๆ	36	43	172	61.0
ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อของฟิล์มกรองแสง	7	34	58	24.5
ต้องการเปลี่ยนตามกระแสนิยมคนทั่วไป	10	25	36	19.3
ฟิล์มกรองแสงเสื่อมสภาพ เช่น สีซีดจาง ภาพที่ มองผ่านฟิล์มบิดเบือน	155	109	26	118.2
ฟิล์มกรองแสงเค็มชำรุด เช่น ฝึกขาด	122	119	38	107.0

จากตารางที่ 9 พบว่าเจ้าของรถยนต์จัดอันดับความสำคัญของเหตุผลในการเปลี่ยนฟิล์มกรองแสง โดยเรียงอันดับ ดังนี้ คือ ฟิล์มกรองแสงเสื่อมสภาพ เช่น สีซีดจาง ภาพที่มองผ่านฟิล์มบิดเบือน ฟิล์มกรองแสงเค็มชำรุด เช่น ฝึกขาด ต้องการเปลี่ยนสีและความเข้มของฟิล์มกรองแสงแบบใหม่ๆ ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงและต้องการเปลี่ยนตามกระแสนิยมคนทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คือ 118.2 107.0 61.0 24.5 และ 19.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามการจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสง  
สำหรับรถยนต์ที่ซื้อและติดตั้ง

การจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
จำได้	165	50.0
จำไม่ได้	165	50.0
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าเจ้าของรถยนต์ที่สามารถจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสงได้และที่จดจำไม่ได้ มีจำนวนอย่างละ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ที่สามารถจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสงได้  
จำแนกตามยี่ห้อฟิล์มกรองแสงที่ซื้อและติดตั้ง

ยี่ห้อฟิล์มกรองแสง	จำนวน	ร้อยละ
สามเอ็ม	124	75.2
วีคูต	16	9.7
ลามิน่า	8	4.9
ฮานิตะ	6	3.6
คีพคูต	1	0.6
คาร์ดินอล	3	1.8
มาติโก้	1	0.6
ไฮคูต	1	0.6
อื่นๆ	5	3.0
รวม	165	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ยูเอสไทยทาเนียม โฟร์เทค ควันคัม มิลลิเนียม

จากตารางที่ 11 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ ที่สามารถจดจำยี่ห้อฟิล์มกรองแสงได้จะซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงยี่ห้อสามเอ็ม มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาคือ ยี่ห้อวีคูต มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ ยี่ห้อลามิน่า มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักซื้อหรือเช่ารถเช่า  
ที่ซื้อและติดตั้ง

แหล่งที่ทำให้รู้จักซื้อหรือเช่ารถเช่า	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณาจากสื่อต่างๆ	107	32.4
คนรู้จักแนะนำ	71	21.5
ร้านค้าแนะนำ	152	46.1
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ รู้จักซื้อหรือเช่ารถเช่าที่ซื้อและติดตั้ง  
เนื่องจากร้านค้าเป็นผู้แนะนำ มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาคือจากสื่อโฆษณาต่างๆ  
มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และจากคนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

ตารางที่ 13 แสดงอันดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์  
ของเจ้าของรถยนต์

เหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง สำหรับรถยนต์	จำนวนเจ้าของรถยนต์ ตามอันดับความสำคัญ			ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 1)	
ซื้อเพื่อลดความร้อนในห้องโดยสาร	291	20	11	154.0
ซื้อเพื่อความสวยงามของรถยนต์	17	100	86	56.2
ซื้อตามเพื่อน/กระแสนิยมของคนทั่วไป	3	39	42	21.5
ซื้อตามคำแนะนำของร้านค้า	6	43	108	35.3
ซื้อเพื่อลดอันตรายจากการแตกกระจายของ เศษกระจกรถยนต์	13	128	83	63.0

จากตารางที่ 13 พบว่าเจ้าของรถยนต์จัดอันดับความสำคัญของเหตุผลในการเลือกซื้อและ  
ติดตั้งฟิล์มกรองแสง โดยเรียงอันดับ ดังนี้ คือ ซื้อเพื่อลดความร้อนในห้องโดยสาร ซื้อเพื่อลดอันตราย  
จากการแตกกระจายของเศษกระจกรถยนต์ ซื้อเพื่อความสวยงามของรถยนต์ ซื้อตามคำแนะนำของ  
ร้านค้าและซื้อตามเพื่อน/กระแสนิยมของคนทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คือ 154.0 63.0 56.2  
35.3 และ 21.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	85	25.8
3,001 – 5,000 บาท	180	54.5
5,001 – 10,000 บาท	57	17.3
มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป	8	2.4
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ ระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท มีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงคือน้อยกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามแหล่งซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์

แหล่งซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอะไหล่/ระดับยนต์	260	78.8
ร้านแอร์รถยนต์	28	8.5
ศูนย์บริการของรถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ	42	12.7
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าเจ้าของรถยนต์มีแหล่งที่ซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์จากร้านอะไหล่ยนต์ ระดับยนต์ มีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาคือจากศูนย์บริการของรถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และจากร้านแอร์รถยนต์มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามเหตุผลที่เจ้าของรถยนต์เลือกซื้อ และติดตั้งฟิล์มกรองแสงจากแหล่งซื้อที่ระบุ

เหตุผลที่เลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสง	จำนวน	ร้อยละ
เป็นร้านที่ใช้บริการประจำ	150	45.5
ที่จอดรถสะดวก	18	5.4
ใกล้สถานที่ศึกษา/ที่ทำงาน/ที่พักอาศัย	25	7.6
ทางผ่าน	14	4.2
มีคนรู้จักแนะนำ	123	37.3
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าเหตุผลที่เจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงจากแหล่งซื้อที่ระบุเพราะเป็นร้านที่ใช้บริการเป็นประจำ มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือเพราะมีคนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเพราะใกล้สถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามความคิดเห็นของเจ้าของรถยนต์ กรณีที่ไม่มีฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ยี่ห้อที่ต้องการ

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่น	215	65.2
ไม่เปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่น	115	34.8
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า หากไม่มีฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ยี่ห้อที่ต้องการเจ้าของรถยนต์จะเปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่น มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 และจะไม่เปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่น มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ที่เปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่น  
จำแนกตามเหตุผลในการเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นแทน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อถือตามคำแนะนำของร้านค้า	51	23.7
มีคุณสมบัติ ดี ตามต้องการ	104	48.4
มีการรับประกันที่ดีกว่า	40	18.6
มีราคาถูกกว่า	16	7.4
อื่นๆ	4	1.9
รวม	215	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่ต้องการเสียเวลาหาแหล่งอื่น

จากตารางที่ 18 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปซื้อฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่นหากไม่มีฟิล์มกรองแสงยี่ห้อที่ต้องการ เพราะฟิล์มกรองแสงยี่ห้ออื่นมีคุณสมบัติ และดีตามต้องการ มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมาคือเพราะเชื่อถือคำแนะนำของร้านค้ามีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และเพราะยี่ห้ออื่นมีการรับประกันที่ดีกว่ามีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์

ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของรถยนต์เอง	232	70.3
เพื่อน	25	7.6
พ่อแม่	34	10.3
พี่น้อง	6	1.8
สามี / ภรรยา / คู่รัก	32	9.7
ลูก	1	0.3
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ด้วยตนเอง มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ มีผู้ร่วมตัดสินใจเป็นพ่อแม่ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และสามี ภรรยา คู่รัก มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสง  
สำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 20 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ	จำนวนเจ้าของรถยนต์ ตามอันดับความสำคัญ			ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับ 1 (น้ำหนัก 3)	อันดับ 2 (น้ำหนัก 2)	อันดับ 3 (น้ำหนัก 1)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	210	58	25	128.5
ปัจจัยด้านราคา	76	128	41	87.5
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	11	32	62	26.5
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	10	43	65	30.2
ปัจจัยด้านบุคคล	9	20	43	18.3
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	8	21	40	17.7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	6	28	54	30.3

จากตารางที่ 20 พบว่าเจ้าของรถยนต์จัดอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์โดยเรียงอันดับ ดังนี้ คือ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมี  
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก คือ 128.5 87.5 30.3 30.2 26.5 18.3 และ 17.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. คุณภาพของฟิล์มกรองแสง	185	56.1	133	40.3	10	3.0	0	0.0	2	0.6	3.51	มากที่สุด
2. สีของฟิล์มกรองแสง	66	20.0	202	61.2	54	16.4	7	2.1	1	0.3	2.98	มาก
3. เปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด	185	56.1	129	39.1	14	4.2	1	0.3	1	0.3	3.50	มากที่สุด
4. แหล่งผลิต เช่น อเมริกา อิสราเอล	9	2.7	73	22.1	160	48.5	46	13.9	42	12.7	1.88	น้อย
5. ยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงเป็นที่รู้จัก	23	7.0	166	50.3	103	31.2	19	5.8	19	5.8	2.47	น้อย
6. ร้านค้ามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	30	9.1	168	50.9	93	28.2	20	6.1	19	5.8	2.52	มาก
7. การรับประกันสินค้า	128	38.8	159	48.2	38	11.5	4	1.2	1	0.3	3.24	มาก
8. การบริการหลังการขาย	104	31.5	170	51.5	40	12.1	11	3.3	5	1.5	3.08	มาก
9. มีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ	39	11.8	128	38.8	111	33.6	28	8.5	24	7.3	2.39	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม											2.84	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง และเปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สีของฟิล์มกรองแสง ร้านค้ามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ การรับประกันสินค้า และการบริการหลังการขาย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ แหล่งผลิต เช่น อเมริกา อิสราเอล เป็นต้น ยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงเป็นที่รู้จัก และมีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.ราคาจำหน่าย	117	35.5	184	55.8	22	6.7	5	1.5	2	0.6	3.24	มาก
2. ส่วนลด	82	24.8	167	50.6	71	21.5	6	1.8	4	1.2	2.96	มาก
3. วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต	40	12.1	110	33.3	121	36.7	31	9.4	28	8.5	2.31	น้อย
4. ระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิต	34	10.3	102	30.9	118	35.8	35	10.6	41	12.4	2.16	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม											2.67	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาจำหน่าย และส่วนลด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต และระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิต

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										แปลผล	
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ใกล้เคียงสถานที่ศึกษา/ ที่ทำงาน / ที่พักอาศัย	38	11.5	125	37.9	113	34.2	21	6.4	33	10.0	2.35	น้อย
2. สะดวกในการจอดรถ	71	21.5	190	57.6	49	14.8	8	2.4	12	3.6	2.91	มาก
3. สะดวกในการเดินทาง	66	20.0	193	58.5	49	14.8	11	3.3	11	3.3	2.88	มาก
4. มีระบบสมาชิกของร้านค้า	16	4.8	86	26.1	136	41.2	40	12.1	52	15.8	1.92	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม											2.52	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ใกล้เคียงสถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย และมีระบบสมาชิกของร้านค้า

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										แปลผล	
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และแผ่นพับ เป็นต้น	29	8.8	145	43.9	118	35.8	21	6.4	17	5.2	2.45	น้อย
2. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น	46	13.9	160	48.5	93	28.2	21	6.4	10	3.0	2.64	มาก
3. การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น	26	7.9	126	38.2	134	40.6	26	7.9	18	5.5	2.35	น้อย
4. มีบริการสอบถามข้อมูล	26	7.9	154	46.7	113	34.2	20	6.1	17	5.2	2.46	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม											2.48	น้อย

จากตารางที่ 24 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และแผ่นพับ เป็นต้น การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น และมีบริการสอบถามข้อมูล

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. พนักงานบริการแต่งกายสุภาพและพูดจาสุภาพ	62	18.8	190	57.6	60	18.2	12	3.6	6	1.8	2.88	มาก
2. พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี	135	40.9	162	49.1	25	7.6	6	1.8	2	0.6	3.28	มาก
3. พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน	166	50.3	142	43.0	18	5.5	4	1.2	0	0.0	3.42	มาก
4. พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	92	27.9	195	59.1	38	11.5	2	0.6	3	0.9	3.12	มาก
5. พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ	72	21.8	194	58.8	56	17.0	2	0.6	6	1.8	2.98	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											3.14	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานบริการแต่งกายสุภาพและพูดจาสุภาพ พนักงานบริการได้รับการฝึกอบรมและมีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี พนักงานบริการมีความชำนาญในงาน พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง	48	14.5	171	51.8	87	26.4	16	4.8	8	2.4	2.71	มาก
2. สถานที่สะอาด	73	22.1	192	58.2	57	17.3	5	1.5	3	0.9	2.99	มาก
3. มีห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า	58	17.6	182	55.2	71	21.5	15	4.5	4	1.2	2.83	มาก
4. มีน้ำดื่มบริการลูกค้า	46	13.9	159	48.2	91	27.6	18	5.5	16	4.8	2.61	มาก
5. มีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม	13	3.9	146	44.2	140	42.4	19	5.8	12	3.6	2.39	น้อย
6. มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว	104	31.5	166	50.3	47	14.2	9	2.7	4	1.2	3.08	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											2.77	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง สถานที่สะอาด มีห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า มีน้ำดื่มบริการลูกค้า และมีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละของเจ้าของรถยนต์จำแนกตามระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ										แปลผล	
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก	132	40.0	174	52.7	18	5.5	3	0.9	3	0.9	3.30	มาก
2. มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน	136	41.2	158	47.9	31	9.4	3	0.9	2	0.6	3.28	มาก
3. จัดพื้นที่ร้านค้าสะดวกในการเดินชมสินค้า	62	18.8	193	58.5	67	20.3	5	1.5	3	0.9	2.93	มาก
4. ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว	87	26.4	188	57.0	45	13.6	4	1.2	6	1.8	3.05	มาก
5. มีระบบชำระเงินและออกไปเสร็จรับเงินรวดเร็ว	42	12.7	172	52.1	91	27.6	16	4.8	9	2.7	2.67	มาก
6. เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ	60	18.2	188	57.0	66	20.0	8	2.4	8	2.4	2.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม											3.02	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่าเจ้าของรถยนต์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน จัดพื้นที่ร้านค้าสะดวกในการเดินชมสินค้า ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว มีระบบชำระเงินและออกไปเสร็จรับเงินรวดเร็ว และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกประเภทรถยนต์

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. คุณภาพของฟิล์มกรองแสง	3.51	มากที่สุด	3.48	มาก	3.63	มากที่สุด	3.54	มากที่สุด
2. สีของฟิล์มกรองแสง	2.96	มาก	2.99	มาก	3.13	มาก	3.03	มาก
3. เปอร์เซ็นต์การลด ความร้อนจากแสงแดด	3.48	มาก	3.46	มาก	3.53	มากที่สุด	3.49	มาก
4. แหล่งผลิต เช่น อเมริกา อิสราเอล	1.86	น้อย	1.78	น้อย	2.28	น้อย	1.97	น้อย
5. ชื่อของฟิล์มกรองแสง เป็นที่รู้จัก	2.50	มาก	2.33	น้อย	2.63	มาก	2.49	น้อย
6. ร้านค้ามีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	2.52	มาก	2.42	น้อย	2.72	มาก	2.55	มาก
7. การรับประกันสินค้า	3.25	มาก	3.19	มาก	3.31	มาก	3.25	มาก
8. การบริการหลังการขาย	3.08	มาก	3.09	มาก	3.06	มาก	3.08	มาก
9. มีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ	2.40	น้อย	2.32	น้อย	2.56	มาก	2.43	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.84	มาก	2.78	มาก	2.98	มาก	2.87	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มี  
ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของ  
ฟิล์มกรองแสง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ แหล่งผลิตแหล่งผลิต เช่น อเมริกา  
อิสราเอล และมีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อย  
อื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ แหล่งผลิตผลิตร เช่น อเมริกา อิสราเอล ยี่ห้อของฟิล์มกรองแสงเป็นที่รู้จัก ร้านค้ามีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ และมีบริการครบวงจร เช่น จำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ต่างๆ ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของฟิล์มกรองแสง และเปอร์เซ็นต์การลดความร้อนจากแสงแดด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ แหล่งผลิตผลิตร เช่น อเมริกา อิสราเอล ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก



ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสง  
สำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านราคา	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.ราคาจำหน่าย	3.21	มาก	3.32	มาก	3.25	มาก	3.26	มาก
2. ส่วนลด	2.95	มาก	3.03	มาก	2.84	มาก	2.94	มาก
3. วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต	2.34	น้อย	2.23	น้อย	2.34	น้อย	2.30	น้อย
4. ระยะเวลาการชำระเงินหรือ การให้เครดิต	2.17	น้อย	2.14	น้อย	2.13	น้อย	2.15	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.67	มาก	2.68	มาก	2.64	มาก	2.66	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต และระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิต ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต และระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิต ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ วิธีการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต และระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิต ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ใกล้เคียงสถานที่ศึกษา/ที่ทำงาน/ ที่พักอาศัย	2.32	น้อย	2.33	น้อย	2.59	มาก	2.41	น้อย
2. สะดวกในการจอดรถ	2.87	มาก	2.95	มาก	3.06	มาก	2.96	มาก
3. สะดวกในการเดินทาง	2.89	มาก	2.82	มาก	2.97	มาก	2.89	มาก
4. มีระบบสมาชิกของร้านค้า	1.89	น้อย	2.01	น้อย	1.91	น้อย	1.94	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.49	น้อย	2.53	มาก	2.63	มาก	2.55	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สะดวกในการจอดรถ และสะดวกในการเดินทาง ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ใกล้เคียงสถานที่ศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย และมีระบบสมาชิกของร้านค้า ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีระบบสมาชิกของร้านค้า ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร รถยนต์ ป้าย และ แผ่นพับ เป็นต้น	2.49	น้อย	2.42	น้อย	2.22	น้อย	2.38	น้อย
2. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และ แจกของกำนัล เป็นต้น	2.71	มาก	2.58	มาก	2.28	น้อย	2.52	มาก
3. การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น แจงข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น	2.42	น้อย	2.25	น้อย	2.16	น้อย	2.28	น้อย
4. มีบริการสอบถามข้อมูล	2.51	มาก	2.42	น้อย	2.22	น้อย	2.38	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.53	มาก	2.42	น้อย	2.22	น้อย	2.39	น้อย

จากตารางที่ 31 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยโดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการโฆษณา และมีบริการสอบถามข้อมูล ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านบุคคล	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. พนักงานบริการแต่งกายสุภาพ และพูดจาสุภาพ	2.86	มาก	2.87	มาก	3.00	มาก	2.91	มาก
2. พนักงานบริการได้รับการฝึก อบรมและมีความรู้เกี่ยวกับ ฟิล์มกรองแสงเป็นอย่างดี	3.28	มาก	3.25	มาก	3.34	มาก	3.29	มาก
3. พนักงานบริการมีความชำนาญ ในงาน	3.43	มาก	3.39	มาก	3.44	มาก	3.42	มาก
4. พนักงานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี	3.11	มาก	3.05	มาก	3.38	มาก	3.18	มาก
5. พนักงานบริการมีจำนวนเพียงพอ	3.03	มาก	2.87	มาก	2.94	มาก	2.95	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14	มาก	3.09	มาก	3.22	มาก	3.15	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวม  
อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลมี  
ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลให้ความสำคัญ  
ต่อปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. เนื้อที่ร้านค้ากว้างขวาง	2.77	มาก	2.56	มาก	2.69	มาก	2.67	มาก
2. สถานที่สะอาด	3.00	มาก	2.94	มาก	3.06	มาก	3.00	มาก
3. มีห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า	2.88	มาก	2.71	มาก	2.81	มาก	2.80	มาก
4. มีน้ำดื่มบริการลูกค้า	2.64	มาก	2.47	น้อย	2.75	มาก	2.62	มาก
5. มีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม	2.37	น้อย	2.42	น้อย	2.44	มาก	2.41	น้อย
6. มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน เมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์ เรียบร้อยแล้ว	3.13	มาก	2.90	มาก	3.19	มาก	3.07	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	2.80	มาก	2.66	มาก	2.82	มาก	2.76	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีน้ำดื่มบริการลูกค้าและมีการตกแต่งร้านค้าสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัย ด้านกระบวนการ	ประเภทรถยนต์							
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล หรือรถเก๋ง		รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล หรือรถกระบะ		ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและ รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้ เลือก	3.31	มาก	3.20	มาก	3.47	มาก	3.33	มาก
2. มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.26	มาก	3.29	มาก	3.44	มาก	3.33	มาก
3. จัดพื้นที่ร้านค้าสะดวกในการ เดินชมสินค้า	2.91	มาก	2.86	มาก	3.19	มาก	2.99	มาก
4. ติดตั้งฟิล์มกรองแสงรวดเร็ว	3.10	มาก	2.95	มาก	2.94	มาก	3.00	มาก
5. มีระบบชำระเงินและออก ใบเสร็จรับเงินรวดเร็ว	2.67	มาก	2.62	มาก	2.81	มาก	2.70	มาก
6. เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวก ต่อการเลือกซื้อ	2.89	มาก	2.77	มาก	2.84	มาก	2.83	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.02	มาก	2.95	มาก	3.11	มาก	3.03	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่าเจ้าของรถยนต์ทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ  
โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

เจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลหรือรถเก๋ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ  
มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ  
มีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เจ้าของรถยนต์ที่ทั้งรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญ  
ต่อปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก โดยทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

## ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้อฟิล์มกรองแสงของเจ้าของรถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ฟิล์มกรองแสงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีฟองอากาศ รอยขีดข่วน ฉีกขาด เป็นต้น	238	72.1
มีข้อห้อยและชนิดของฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ให้เลือกน้อย	96	29.1
ไม่ระบุแหล่งผลิต	47	14.2
ไม่ระบุตราห้อย/ยี่ห้อ ไม่เป็นที่รู้จัก	77	23.3
ร้านค้าไม่น่าเชื่อถือ	76	23.0
ไม่มีการรับประกันสินค้า	146	44.2
ไม่มีการบริการหลังการขาย	138	41.8
ไม่มีบริการครบวงจร เช่น ไม่มีการจำหน่ายอะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์อื่นๆ เพิ่มเติม เป็นต้น	24	7.3

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 35 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและคิดตั้งมากที่สุด คือ ฟิล์มกรองแสงไม่ได้คุณภาพ เช่น มีฟองอากาศ รอยขีดข่วน ฉีกขาด เป็นต้น มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 ปัญหารองลงมา คือ ไม่มีการรับประกันสินค้า มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 ปัญหาไม่มีบริการหลังการขาย มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และปัญหามีข้อห้อยและชนิดของฟิล์มกรองแสงให้เลือกน้อย มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่เหมาะสมในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาจำหน่ายสูง	259	80.7
ไม่มีส่วนลดหรือการลดราคา	145	43.9
มีวิธีการชำระเงินให้เลือกน้อย เช่น รับเฉพาะเงินสด เป็นต้น	90	27.3
ระยะเวลาการชำระเงินหรือการให้เครดิตสั้น เช่น ให้ชำระภายใน 3 วัน	26	7.9

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 36 พบว่าปัญหาด้านราคาฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการเลือกซื้อและคิดตั้งมากที่สุดคือ ราคาจำหน่ายสูง มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 ปัญหารองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดหรือการลดราคา มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 ปัญหาร้านค้ามีวิธีการชำระเงินให้เลือกน้อย เช่น รับเฉพาะเงินสด มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และปัญหาระยะเวลาการชำระเงินหรือให้เครดิตสั้น มีจำนวน 26 คน คิดละ 7.9

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าไกลสถานศึกษาที่ทำงาน/ที่พักอาศัย	86	26.1
ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการจอดรถ	214	64.8
ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการเดินทาง	150	45.5
ไม่มีระบบสมาชิกของร้านค้า	24	7.3

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 37 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่เจ้าของรถยนต์ ประสบในการเลือกซื้อและคิดตั้งมากที่สุดคือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการจอดรถ มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ปัญหาร้านค้าไกลสถานศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และปัญหาร้านค้าไม่มีระบบสมาชิก มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3



ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด  
ที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
มีการโฆษณาไม่ตรงกับความจริง	157	47.6
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา และแจกของกำนัล เป็นต้น	118	35.8
การให้ข่าวสารต่างๆ ไม่ต่อเนื่อง ไม่ชัดเจน	124	37.6
ไม่มีบริการสอบถามข้อมูล	101	30.6

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 38 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ที่  
เจ้าของรถยนต์ ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งมากที่สุดคือ มีการโฆษณาไม่ตรงกับความเป็นจริง  
มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 ปัญหารองลงมาคือ การให้ข่าวสารต่างๆ ไม่ต่อเนื่อง  
ไม่ชัดเจน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ปัญหาร้านค้าไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา  
และแจกของกำนัล มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และปัญหาไม่มีบริการสอบถามข้อมูล  
มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริการแต่งกายและพูดจาไม่สุภาพ	78	23.6
พนักงานบริการ ไม่ได้รับการฝึกอบรมและ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง	147	44.5
พนักงานบริการ ไม่มีความชำนาญในงาน	147	44.5
พนักงานบริการ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	96	29.1
พนักงานบริการมีจำนวนไม่เพียงพอ	96	29.1
พนักงานบริการ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	100	30.3
พนักงานบริการ ไม่สามารถสร้างความ น่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า	92	27.9
พนักงานบริการ ไม่เข้าใจความต้องการของ ลูกค้าจึงบริการไม่ถูกต้อง	54	16.4
พนักงานบริการ ให้บริการผิดพลาด ก่อให้เกิด ความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้า	94	28.5

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 39 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่เจ้าของรถยนต์ ส่วนใหญ่ประสบในการเลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ พนักงานบริการไม่ได้รับการฝึกอบรม ไม่มีความรู้เกี่ยวกับฟิล์มกรองแสง และปัญหาพนักงานบริการ ไม่มีความชำนาญในงาน มีจำนวนเท่ากันคือ 147 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ปัญหารองลงมาคือ พนักงานบริการไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ปัญหาพนักงานบริการไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และปัญหาพนักงานบริการมีจำนวนไม่เพียงพอ มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ  
ที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อที่ร้านค้าคับแคบ	147	44.5
บริเวณร้านค้าไม่สะอาดและไม่เป็นระเบียบ	143	43.3
ไม่มีการจัดห้องรับรอง ห้องน้ำสำหรับลูกค้า	94	28.5
ไม่มีน้ำดื่มบริการลูกค้า	40	12.1
ไม่มีการตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม	40	12.1
ไม่มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่องผ่าน เมื่อติดตั้ง ฟิล์มกรองแสงกับรถยนต์เรียบร้อยแล้ว	176	53.3

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 40 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่เจ้าของรถยนต์ประสบในการ  
เลือกซื้อและติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ ร้านค้าไม่มีเครื่องมือตรวจวัดแสงส่อง  
ผ่านเมื่อติดตั้งฟิล์มกรองแสงเรียบร้อยแล้ว มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ปัญหารองลงมาคือ  
เนื้อที่ร้านค้าคับแคบ มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 และปัญหาบริเวณร้านค้าไม่สะอาดและ  
ไม่เป็นระเบียบ มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของเจ้าของรถยนต์ จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการที่ประสบในการซื้อฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก	156	47.3
ไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน	204	61.8
จัดพื้นที่ร้านไม่สะดวกในการเดินชมสินค้า	80	24.2
ติดตั้งฟิล์มกรองแสงล่าช้า	146	44.2
มีระบบชำระเงิน และออกใบเสร็จรับเงินล่าช้า	45	13.6
เวลาปิด-เปิดของร้านไม่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อ	82	24.8

หมายเหตุ : จากเจ้าของรถยนต์ซึ่งตอบแบบสอบถามจำนวน 330 คน

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัญหาด้านกระบวนการที่เจ้าของรถยนต์ ประสบในการเลือกซื้อ และติดตั้งฟิล์มกรองแสงสำหรับรถยนต์มากที่สุดคือ ร้านค้าไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ปัญหารองลงมาคือ ร้านค้าไม่มีตัวอย่างฟิล์มกรองแสงให้เลือก มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 และปัญหาการติดตั้งฟิล์มกรองแสงล่าช้า มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2