บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทเอกชนในธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก โดยใช้บริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป จำกัดเป็นตัวอย่างในการศึกษา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การบรรยายประกอบตาราง ตามลำดับดังนี้

4.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

4.2 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้า

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป

4.4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป

4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่า Chi-square

4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson)

4.1ลักษณะข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

4.1.1 เพศ

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 254 รายคิดเป็นร้อยละ 67.7 เพศหญิงจำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ตารางที่2)

4.1.2 อายุ

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีอายุ 36-50 ปี จำนวน 198 ราย คิดเป็น ร้อยละ 52.8 รองลงมามีอายุ 20-35 ปี จำนวน 139 ราย คิดเป็น ร้อยละ 37.1 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 38ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1 ส่วนอายุสูงสุด 65 ปีและอายุต่ำสุด 20 ปี และอายุเฉลี่ย 39.24 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยกลางคนที่ทำเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับ (ตารางที่2)

4.1.3 สถานภาพ

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีสถานภาพสมรสจำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาสถานภาพโสดจำนวน 126 ราย คิดเป็น ร้อยละ 33.6และ สถานภาพหย่าจำนวน 21ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 (ตารางที่2)

4.1.4 การศึกษา

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.9รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 94 รายคิดเป็นร้อยละ 25.1 ระดับวิชาชีพ(ปวช.หรือ ปวส.)จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.9 ระดับประถมศึกษาจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 6.9 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 และ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 18รายคิดเป็นร้อยละ4.8 ลูกค้าที่ทำเกี่ยวกับไม้ดอกไม้ประดับส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง เพราะการผลิตไม้ดอกจำเป็นต้องใช้เทคนิคค่อนข้างสูงในการทำให้ได้คุณภาพออกมาดี (ตารางที่ 2)

4.1.5 อาชีพ

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 91 รายคิดเป็นร้อยละ 24.3 อาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.3 อาชีพราชการจำนวน 69 รายคิดเป็นร้อยละ 18.4 อาชีพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 29 รายคิดเป็นร้อยละ 7.7 และ อาชีพนักศึกษาจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 1.1 อาชีพของลูกค้าที่ซื้อในปริมาณที่สูง ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ซื้อไปเพื่อใช้ประโยชน์โดยตรงไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ซื้อไปเพื่อผลิตไม้กระถางจำหน่ายหรือเป็นพนักงานบริษัทที่ซื้อเพื่อปลูกประดับองค์กรหรือเป็นอาชีพเสริมก็ตาม การซื้อจะไม่ผ่านช่องทางหรือคนกลาง (ตารางที่ 2)

4.1.6 รายได้ต่อเดือน

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ.เอ็มกรุ๊ปมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง10,001-20,000บาท จำนวน 112ราย คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง30,001-40,000บาท จำนวน 108 รายคิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ต่อเดือนระหว่าง20,001-30,000บาท จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า10,000 บาท จำนวน 44 รายคิดเป็นร้อยละ 11.7 รายได้ต่อเดือนรายได้ต่อเดือน50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 4.5 และ รายได้ต่อเดือนระหว่าง40,001-50,000บาท จำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 2.4(ตารางที่ 2)

ตารางที่2 ลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ.เอ็มกรุ๊ปจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	254	67.7
หญิง	121	32.3
อายุ (ปี)		
อายุ 20-35ปี	139	37.1
อายุ 36-50ปี	198	52.8
อายุ 51 ปีขึ้นไป	38	10.1
อายุสูงสุด 65 ปี อายุต่ำสุด 20 ปี		
อายุเฉลี่ย 39.24 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 8.618		
สถานภาพ		
สมรส	228	60.8
โสด	126	33.6
หย่า	21	5.6
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	26	6.9
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	4.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย	24	6.4
วิชาชีพ(ปวช.หรือ ปวส.)	37	9.9
ปริญญาตรี	176	46.9
สูงกว่าปริญญาตรี	94	25.1
อาชีพ		
ราชการ	69	18.4
ธุรกิจส่วนตัว	76	20.3
พนักงานบริษัท	91	24.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	7.7
เกษตรกร	106	28.3
นักศึกษา	4	1.1
รายได้ต่อเดือน		
10,000 บาท	44	11.7
10,001-20,000 บาท	112	29.9

ตารางที่2 (ต่อ) ลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ.เอ็มกรุ๊ปจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20,001-30,000 บาท	85	22.7
30,001-40,000 บาท	108	28.8
40,001-50,000 บาท	9	2.4
50,001 บาท ขึ้นไป	17	4.5

4.2. ลักษณะการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้า

4.2.1 ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 1-10 ปี จำนวน 295 ราย คิดเป็นร้อยละ 778.7 รองลงมามีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 11-20 ปี จำนวน 56 รายคิดเป็นร้อยละ 14.9 มีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 21-30 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ มีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกมากกว่า 31 ปี ปีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8โดยที่มีประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเฉลี่ย6.72 ปี และประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกสูงสุด 35 ปีและประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่ำสุด 1 ปี (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-10 ปี	295	78.7
11-20 ปี	56	14.9
21-30 ปี	21	5.6
มากกว่า 31 ปี	3	0.8
รวม	**375**	**100.0**

ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่ำสุด 1 ปี

ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกสูงสุด 35 ปี

ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเฉลี่ย 6.72 ปี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.844

4.2.2วัตถุประสงค์ของการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีวัตถุประสงค์ของการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกซื้อเพื่อปลูกประดับตกแต่งจำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือซื้อเพื่อผลิตไม้ถุงจำหน่าย จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7และซื้อไปเพื่อขายต่อจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1และอื่นๆ (วิจัย) จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

วัตถุประสงค์ของการใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อเพื่อผลิตไม้ถุงจำหน่าย	134	35.7
ซื้อไปเพื่อขายต่อ	53	14.1
ซื้อเพื่อปลูกประดับตกแต่ง	175	46.7
อื่นๆ (วิจัย)	13	3.5
รวม	**375**	**100.0**

4.2.3 จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อปี

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 1-5 ครั้งต่อปีจำนวน 281 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.9 รองลงมาคือสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 6-10 ครั้งต่อปีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 และสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 11-15 ครั้งต่อปีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก มากกว่า 16 ครั้งต่อปีจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 โดยมีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเฉลี่ย 4.51 ครั้งและจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่ำสุด 1 ครั้งและจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกสูงสุด 20ครั้ง(ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าจำแนกตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อปี

จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ครั้ง	281	74.9
6-10 ครั้ง	72	19.2
11-15 ครั้ง	14	3.7
มากกว่า 16 ครั้ง	8	2.1
รวม	**375**	**100.0**

จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่ำสุด 1 ครั้ง
จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกสูงสุด 20ครั้ง
จำนวนครั้งในการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเฉลี่ย 4.51 ครั้ง
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.824

4.2.4 ช่วงระยะเวลาที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีช่วงระยะเวลาที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเดือน กรกฎาคม-กันยายนจำนวน227ราย คิดเป็นร้อยละ 73.9เท่ากับซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเดือน ตุลาคม คม-ธันวาคมจำนวน227ราย คิดเป็นร้อยละ 73.9รองลงมาซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเดือน มกราคม-มีนาคมจำนวน113ราย คิดเป็นร้อยละ 30.1และ ซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเดือน เมษายน-มิถุนายน จำนวน102ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ช่วงระยะเวลาที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้า

ช่วงระยะเวลาที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม-มีนาคม	113	30.1
เมษายน-มิถุนายน	102	27.2
กรกฎาคม-กันยายน	227	60.5
ตุลาคมคม-ธันวาคม	227	60.5

4.2.5 ช่องทางที่รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป จากเพื่อนแนะนำ จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ เอกสารแนะนำ จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 ญาติแนะนำจำนวน53 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1 รู้จักจากเวปไซด์จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 8 รู้จักจากพนักงานขายจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8และรู้จักจากร้านเคมีเกษตร จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 (ตารางที่7)

ตารางที่7 ช่องทางที่รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ช่องทางที่รู้จักเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	137	36.5
เอกสารแนะนำ	120	32.0
ญาติแนะนำ	53	14.1
เวปไซด์	30	8.0
พนักงานขาย	18	4.8
ร้านค้าเคมีเกษตร	17	4.5
รวม	**375**	**100**

4.2.6 ช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป มีช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ. เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปโดยวิธี ซื้อหน้าร้านบจก.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป จำนวน 156 รายคิดเป็นร้อยละ 41.6 สั่งซื้อทางโทรศัพท์ จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ซื้อจากเซลล์แมนจำนวน83ราย คิดเป็นร้อยละ 22.1 ซื้อจากตัวแทนคนกลางจำนวน 7ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ซื้อจากร้านค้าเคมีเกษตรจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8และซื้อจากเวปไซด์จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าจำแนกตามช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของ บริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ช่องทางการสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อหน้าร้าน บจก.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป	156	41.6
โทรศัพท์	125	33.3
เซลล์แมน	83	22.1
ตัวแทนคนกลาง	7	1.9
ร้านค้าเคมีเกษตร	3	0.8
เวปไซด์	1	0.3
รวม	**375**	**100**

4.2.7 รายชื่อบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของบจก.เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป จำนวน 375 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ บจก. เจียไต๋ จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 หจก.จิบอังติ้งจำนวน90ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 บจก.ไทยซีดส์ จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 บจก.ศรแดงจำนวน 75ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 บจก.ที เอส เอ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 หจก.โฮม ซีดจำนวน 58ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 บจก.ไทยนอร์ท ซีดจำนวน 45ราย คิดเป็นร้อยละ 12 บจก.กนก ซีดจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ บจก.แอดวานส์ ซีดจำนวน 13ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ลักษณะการใช้เมล็ดของลูกค้าจำแนกตามรายชื่อบริษัทที่ลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

รายชื่อบริษัทที่ลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
บจก.เอ เอฟ เอ็ม กรุ๊ป	375	100
บจก.เจียไต๋	121	32.3
หจก.จิบอังติ้ง	90	24.0
บจก.ไทยซีดส์	89	23.7
บจก.ศรแดง	75	20.0
บจก.ที เอส เอ	72	19.2
หจก.โฮม ซีดส์	58	15.5
บจก.ไทยนอร์ทเทิน ซีดส์	45	12.0
บจก.กนก ซีดส์	22	0.3
บจก.แอดวานส์ ซีดส์	13	3.5

4.2.8 จำนวนบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

ลูกค้าของบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปได้ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกร่วมกับบริษัทจำนวน 1-3 บริษัทจำนวน305ราย คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือใช้เมล็ดพันธุ์ 4-6บริษัทจำนวน 65ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 และใช้เมล็ดพันธุ์ มากกว่า 6 บริษัทจำนวน 5ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3(ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก

จำนวนบริษัทที่ลูกค้าบริษัทเอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 1-3บริษัท	305	81.3
ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก 4-6บริษัท	65	17.3
ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอก มากกว่า 6 บริษัท	5	1.3
รวม	**375**	**100**

จำ

จำนวนบริษัทที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่ำสุด 1 บริษัท
จำนวนบริษัทที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกสูงสุด 9 บริษัท
จำนวนบริษัทที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกเฉลี่ย 2.56 บริษัท
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.844

4.3.ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้เมล็ดพันธุ์ไม้ดอกต่อ บริษัท เอ เอฟ เอ็ม กรุ๊ป ด้านต่างๆได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการบริการมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 ด้านบุคลากรพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบุคลากรของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม ในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.62) โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังนี้ ความสุภาพในการให้บริการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.59)รองลงมาคือมารยาทในการสื่อสารของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.42) ความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.38) บุคลิกภาพของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.30) ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=4.20) พนักงานมีความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=4.182) ความรู้ ความชำนาญในการให้บริการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=4.07) การให้ข้อมูลและคำแนะนำได้อย่างชัดเจนถูกต้องลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=4.06) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=4.01)และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$=3.94)

4.3.2 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม ในระดับมากที่สุด($\overline{X}$=4.46) โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังนี้ คุณภาพของสินค้าลูกค้ามีความ

พึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.43)รองลงมาคือคุณภาพของบรรจุภัณฑ์และความสะดวกในการใช้สินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.24) สินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.11) ขนาดบรรจุของสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.10) ความหลากหลายของสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.09) อายุการเก็บรักษาของสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.05) เงื่อนไขการรับประกันคุณภาพลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.96) เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.95) และความครบถ้วนของฉลากบรรจุภัณฑ์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ = 3.86) ตามลำดับ

4.3.3 ด้านราคาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อราคาของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.86) โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังนี้การให้ส่วนลดลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) รองลงมาคือการให้เครดิตในการซื้อลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.06) และราคาเหมาะสมลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.71) ตามลำดับ

4.3.4 ด้านการบริการพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อด้านการบริการของบริษัท เอ เอฟ เอ็ม ในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.41) โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังนี้คือความสะดวกในการสั่งสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.38)รองลงมาคือความถูกต้องของสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.31) การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่ต้องการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.28) ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับทางบริษัทลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด($\bar{X}$ =4.25) สถานที่ตั้งของบริษัทติดต่อสะดวกและหาง่ายลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.20) รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าเพียงพอต่อการตัดสินใจลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.15) ระบบการให้บริการทางโทรศัพท์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.08) วิธีการจัดส่งสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =4.02) การเข้าไปเยี่ยมลูกค้าของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลประจำพื้นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.96) การจัด อบรมสัมมนา ให้กับกลุ่มลูกค้าและการให้บริการทางเวปไซด์และอีเมล์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.94) ระยะเวลากระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อและการรับแจ้งปัญหาเรื่องร้องเรียนหลังการขายลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.92) ความหลากหลายของวิธีการชำระเงินลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.90) การให้ตัวอย่างเมล็ดทดลองและมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.87) รายการส่งเสริมการขายสินค้าราคาพิเศษโปรโมชั่นและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\bar{X}$ =3.84) กระบวนการเปลี่ยนสินค้าลูกค้ามี

ความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$ =3.76)และกระบวนการชดเชยสินค้าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก($\overline{X}$ =3.72) ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ความพึงใจต่อ บจก.เอ.เอฟ.เอ็ม.กรุ๊ป	ความพึงพอใจ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	($\overline{X}$) S.D	ระดับ
ด้านบุคคลากร						**(4.62) 0.492**	**มากที่สุด**
1.บุคลิกภาพของพนักงาน	(34.70) 130	(60.80) 228	(4.50) 17	(0) 0	(0) 0	**(4.30) 0.550**	**มากที่สุด**
2.ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	(16.00) 60	(69.10) 259	(14.90) 56	(0) 0	(0) 0	**(4.01) 0.557**	**มาก**
3.ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	(17.10) 64	(60.00) 225	(22.90) 86	(0) 0	(0) 0	**(3.94) 0.631**	**มาก**
4.ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงาน	(34.40) 129	(51.50) 193	(14.10) 53	(0) 0	(0) 0	**(4.20) 0.667**	**มาก**
5.มารยาทในการสื่อสารของพนักงาน	(42.40) 159	(56.80) 213	(0.80) 3	(0) 0	(0) 0	**(4.42) 0.510**	**มากที่สุด**
6.ความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	(18.90) 71	(68.80) 258	(12.30) 46	(0) 0	(0) 0	**(4.07) 0.555**	**มาก**
7.การให้ข้อมูลและคำแนะนำได้อย่างชัดเจนถูกต้อง	(17.60) 66	(70.70) 265	(11.70) 44	(0) 0	(0) 0	**(4.06) 0.539**	**มาก**
8.ความสุภาพในการให้บริการ	(60.30) 226	(38.70) 145	(1.10) 4	(0) 0	(0) 0	**(4.59) 0.513**	**มากที่สุด**
9.ความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้	(41.10) 154	(56.00) 210	(2.90) 11	(0) 0	(0) 0	**(4.38) 0.543**	**มากที่สุด**
10.พนักงานมีความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า	(24.30) 91	(69.90) 262	(5.90) 22	(0) 0	(0) 0	**(4.18) 0.518**	**มาก**

ตารางที่ 11 (ต่อ) ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ความพึงใจต่อ บจก.เอ.เอฟ.เอ็ม.กรุ๊ป	ความพึงพอใจ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	$(\bar{X})$ S.D	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์						**(4.46) 0.515**	**มากที่สุด**
1.คุณภาพของสินค้า	(45.60) 171	(52.30) 196	(2.10) 8	(0) 0	(0) 0	**(4.43) 0.538**	**มากที่สุด**
2.ความหลากหลายของสินค้า	(28.30) 106	(52.00) 195	(19.70) 106	(0) 0	(0) 0	**(4.09) 0.688**	**มาก**
3.อายุการเก็บรักษาของสินค้า	(18.90) 71	(66.70) 25 0	(14.40) 54	(0) 0	(0) 0	**(4.05) 0.57**	**มาก**
4.ความสะดวกในการใช้สินค้า	(26.90) 101	(69.90) 262	(3.20) 12	(0) 0	(0) 0	**(4.24) 0.496**	**มากที่สุด**
5.ขนาดบรรจุของสินค้า	(25.60) 96	(58.70) 220	(15.70) 59	(0) 0	(0) 0	**(4.10) 0.636**	**มาก**
6.คุณภาพของบรรจุภัณฑ์	(35.70) 134	(52.50) 197	(11.70) 44	(0) 0	(0) 0	**(4.24) 0.647**	**มากที่สุด**
7.ความครบถ้วนของฉลาก บรรจุภัณฑ์	(24.30) 91	(37.10) 139	(38.70) 145	(0) 0	(0) 0	**(3.86) 0.781**	**มาก**
8.เงื่อนไขการรับประกันคุณภาพ	(17.10) 64	(61.90) 232	(21.10) 79	(0) 0	(0) 0	**(3.96) 0.617**	**มาก**
9.เงื่อนไขการเปลี่ยนคืนสินค้า	(18.40) 69	(57.90) 217	(23.70) 89	(0) 0	(0) 0	**(3.95) 0.648**	**มาก**
10.สินค้ามีชื่อเสียงเป็นที่ น่าเชื่อถือ	(26.70) 100	(57.30) 215	(16.00) 60	(0) 0	(0) 0	**(4.11) 0.645**	**มาก**

ตารางที่ 11 (ต่อ) ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ความพึงใจต่อ บจก.เอ.เอฟ.เอ็ม.กรุ๊ป	ความพึงพอใจ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	($\bar{X}$) S.D	ระดับ
ด้านราคา						**(3.86) 0.760**	**มาก**
1.ราคาเหมาะสม	(16.80) 63	(37.60) 141	(45.60) 171	(0) 0	(0) 0	(3.71) 0.737	**มาก**
2.การให้เครดิตในการซื้อ	(42.70) 160	(20.30) 76	(37.10) 139	(0) 0	(0) 0	(4.06) 0.892	**มาก**
3.การให้ส่วนลด	(41.60) 156	(30.90) 116	(27.50) 103	(0) 0	(0) 0	(4.41) 0.820	**มาก**
ด้านการบริการ						**(4.41) 0.549**	**มากที่สุด**
1.สถานที่ตั้งของบริษัทติดต่อสะดวกและหาง่าย	(36.80) 138	(46.40) 174	(16.80) 63	(0) 0	(0) 0	(4.20) 0.705	**มาก**
2.รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าเพียงพอต่อการตัดสินใจ	(31.70) 119	(51.70) 194	(16.50) 62	(0) 0	(0) 0	(4.15) 0.679	**มาก**
3.ความถูกต้องของสินค้า	(44.00) 165	(43.50) 163	(12.50) 47	(0) 0	(0) 0	(4.13) 0.684	**มากที่สุด**
4.การจัดส่งสินค้าตามเวลาที่ต้องการ	(43.50) 162	(41.30) 155	(15.50) 58	(0) 0	(0) 0	(4.28) 0.715	**มากที่สุด**
5.ความสะดวกในการสั่งสินค้า	(41.30) 155	(54.90) 206	(3.70) 14	(0) 0	(0) 0	(4.38) 0.557	**มากที่สุด**
6.ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับทางบริษัท	(34.90) 131	(54.70) 205	(10.40) 93	(0) 0	(0) 0	(4.25) 0.628	**มากที่สุด**
7.มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	(13.10) 49	(61.10) 229	(25.90) 97	(0) 0	(0) 0	(3.87) 0.612	**มาก**
8.การเข้าไปเยี่ยมลูกค้าของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลประจำพื้นที่	(25.10) 94	(45.90) 172	(29.10) 109	(0) 0	(0) 0	(3.96) 0.736	**มาก**
9.รายการส่งเสริมการขายสินค้าราคาพิเศษ โปรโมชั่น	(21.10) 79	(41.90) 157	(37.10) 139	(0) 0	(0) 0	(3.84) 0.746	**มาก**

ตารางที่ 11 (ต่อ) ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ความพึงใจต่อ บจก.เอ.เอฟ.เอ็ม.กรุ๊ป	ความพึงพอใจ						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	$(\bar{X})$ S.D	ระดับ
ด้านการบริการ(ต่อ)							
10.การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง	(20.60) 77	(42.80) 161	(36.60) 137	(0) 0	(0) 0	**(3.84) 0.740**	**มาก**
11.ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน	(15.70) 59	(58.10) 218	(26.10) 98	(0) 0	(0) 0	**(3.90) 0.639**	**มาก**
12ระยะเวลากระบวนการในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	(12.80) 48	(66.70) 250	(20.50) 77	(0) 0	(0) 0	**(3.92) 0.573**	**มาก**
13.การรับแจ้งปัญหาเรื่องร้องเรียนหลังการขาย	(20.00) 75	(52.00) 195	(28.00) 105	(0) 0	(0) 0	**(3.92) 0.689**	**มาก**
14.กระบวนการชดเชยสินค้า	(15.70) 59	(40.30) 151	(44.00) 165	(0) 0	(0) 0	**(3.72) 0.720**	**มาก**
15.กระบวนการเปลี่ยนสินค้า	(16.50) 62	(42.90) 161	(40.50) 152	(0) 0	(0) 0	**(3.76) 0.717**	**มาก**
16.การให้ตัวอย่างเมล็ดทดลอง	(20.50) 77	(45.90) 172	(33.60) 126	(0) 0	(0) 0	**(3.87) 0.25**	**มาก**
17.การจัด อบรม สัมมนา ให้กับกลุ่มลูกค้า	(23.50) 88	(46.7) 175	(29.90) 112	(0) 0	(0) 0	**(3.94) 0.728**	**มาก**
18.วิธีการจัดส่งสินค้า	(26.40) 99	(48.80) 183	(24.80) 93	(0) 0	(0) 0	**(4.02) 0.716**	**มาก**
19.ระบบการให้บริการทางโทรศัพท์	(22.40) 84	(63.20) 237	(14.40) 54	(0) 0	(0) 0	**(4.08) 0.602**	**มาก**
20.การให้บริการทางเวปไซด์และอีเมล์	(17.90) 67	(57.90) 217	(24.30) 91	(0) 0	(0) 0	**(3.94) 0.647**	**มาก**
รวม						**(4.50) 0.505**	**มากที่สุด**

4.4 ปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

จากการศึกษาปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปพบว่าลูกค้า ลูกค้ามีปัญหาโดยรวมในระดับน้อย($\overline{X}$ =2.22) มีการจำแนกปัญหาต่างออกเป็นข้อย่อยดังนี้ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัทลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย($\overline{X}$ =2.18) ราคาสินค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย($\overline{X}$ =2.12) ความไม่พอเพียงของสินค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย($\overline{X}$ =1.99) ความไม่สะดวกของสถานที่ในการบริการลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย($\overline{X}$ =1.94) คุณภาพของสินค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย($\overline{X}$ =1.74) การให้บริการล่าช้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด($\overline{X}$ =1.65)โทรศัพท์สายไม่ว่างยากในการติดต่อลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด($\overline{X}$ =1.55) พนักงานขาดความรู้และความเข้าใจในสินค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด($\overline{X}$ =1.44)และพนักงานไม่สุภาพและไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อยที่สุด($\overline{X}$ = 1.33) ตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ปัญหา	ระดับปัญหา						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	($\overline{X}$) S.D	ระดับ
1.ความไม่สะดวกของสถานที่ในการบริการ	(0) 0	(0) 0	(17.30) 65	(64.30) 241	(18.40) 69	**(1.94) 0.731**	**น้อย**
2.ความไม่พอเพียงของสินค้า	(0) 0	(0) 0	(12.80) 48	(48.30) 181	(38.90) 146	**(1.99) 0.598**	**น้อย**
3.คุณภาพของสินค้า	(0) 0	(0) 0	(34.10) 128	(43.50) 163	(22.40) 84	**(1.74) 0.671**	**น้อยที่สุด**
4.ราคาสินค้า	(0) 0	(0) 0	(12.80) 48	(48.30) 181	(38.90) 146	**(2.12) 0.744**	**น้อย**
5.โทรศัพท์สายไม่ว่างยากในการติดต่อ	(0) 0	(0) 0	(22.40) 128	(43.50) 163	(34.10) 84	**(1.55) 0.651**	**น้อยที่สุด**

ตารางที่ 12 (ต่อ)ปัญหาของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ป

ปัญหา	ระดับปัญหา						
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	(ร้อยละ) จำนวน	($\bar{X}$) S.D	ระดับ
6.พนักงานไม่สุภาพและไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้า	(0) 0	(0) 0	(4.30) 16	(24.30) 91	(71.50) 268	**(1.33) 0.554**	**น้อยที่สุด**
7.พนักงานขาดความรู้และความเข้าใจในสินค้า	(0) 0	(0) 0	(6.90) 26	(29.90) 112	(63.20) 237	**(1.44) 0.621**	**น้อยที่สุด**
8.การให้บริการล่าช้า	(0) 0	(0) 0	(13.30) 50	(38.10) 143	(48.50) 182	**(1.65) 0.704**	**น้อยที่สุด**
9.ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัท	(0) 0	(0) 0	(34.70) 130	(48.30) 181	(17.10) 64	**(2.18) 0.698**	**น้อย**
รวม						**(2.22) 0.478**	**น้อย**

4.5 การวิเคราะห์ค่า Chi – square เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป

4.5.1 เพศกับความพึงพอใจ

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่า Chi-square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % พบว่า ค่า Chi-square ค่าที่คำนวณได้เป็น 0.490 ซึ่งมีน้อยกว่าค่าตารางที่เท่ากับ 5.991 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าเพศของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชาย	1 (0.39)	126 (49.61)	127 (50.00)	254 (100.0)
หญิง	0 (0)	61 (50.43)	60 (49.57)	121 (100.0)
รวม	**1 (2.63)**	**187 (49.87)**	**187 (49.87)**	**375 (100.0)**

χ^2 คำนวณ = 0.49

χ^2 ตารางที่ 0.05 = 5.991 df. = 2 sig = 0.783

ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2 สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจ

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่า Chi-square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % พบว่า ค่า Chi-square ค่าที่คำนวณได้ 5.028 ซึ่งมีน้อยกว่าค่าตารางที่เท่ากับ 18.307 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าสถานภาพสมรสของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับความพึงพอใจ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โสด	0	59	67	126
	(0)	(46.83)	(53.17)	(100.0)
สมรส	1	113	114	228
	(0.44)	(49.56)	(50)	(100.0)
หย่า	0	15	6	21
	(0)	(7143)	(28.57)	(100.0)
รวม	**1**	**187**	**187**	**375**
	(2.63)	**(49.87)**	**(49.87)**	**(100.0)**

χ^2 คำนวณ = 5.028

χ^2 ตารางที่ 0.05 = 18.307 df. = 10 sig = 0.14

ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3 อาชีพกับความพึงพอใจ

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่า Chi- square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % พบว่าค่า Chi-square ค่าที่คำนวณได้ 25.585ซึ่งมีมากกว่าค่าตารางที่เท่ากับ 18.307 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่าอาชีพของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			
	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ข้าราชการ	0 (0)	37 (53.62)	32 (46.38)	69 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	0 (0)	33 (43.42)	43 (56.58)	76 (100.0)
พนักงานบริษัท	0 (0)	40 (43.96)	51 (56.58)	91 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0)	25 (86.21)	4 (13.79)	29 (100.0)
เกษตรกร	1 (0.95)	48 (45.28)	57 (53.77)	106 (100.0)
อื่นๆ	0 (0)	4 (100)	0 (0)	4 (100.0)
รวม	**1 (2.63)**	**187 (49.87)**	**187 (49.87)**	**375 (100.0)**

χ^2 คำนวณ = 25.585

χ^2 ตารางที่ 0.05 = 18.307 df. = 10 sig = 0.004

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป

4.6.1 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอายุของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดย พบว่า อายุของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ป มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.166 (ตารางที่ 16)

4.6.2 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษาของลูกค้าบริษัท เอ. เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดย พบว่า การศึกษาของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 16)

4.6.3 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกพบว่า รายได้ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.121 (ตารางที่ 16)

4.6.4 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดย พบว่า ประสบการณ์ในการใช้เมล็ดพันธุ์ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(ตารางที่ 16)

4.6.5 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ. เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกพบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) -0.160 (ตารางที่ 16)

4.6.6 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกพบว่า จำนวนครั้งที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่ค่าสหสัมพันธ์ (Pearson) 0.109 (ตารางที่ 16)

4.6.7 ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจำนวนบริษัทที่ลูกค้าเลือกใช้เมล็ดพันธุ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกโดย พบว่า จำนวนบริษัทที่ลูกค้าของลูกค้าบริษัท เอ.เอฟ.เอ็ม กรุ๊ปเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธุรกิจเมล็ดพันธุ์ไม้ดอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 16)

ตารางที่16 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจ

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ	**r**	**Sig**
1.อายุ	-0.166	0.001**
2.การศึกษา	0.071	0.172
3.รายได้	-0.121	0.019**
4.ประสบการณ์	-0.088	0.088
5.วัตถุประสงค์ในการซื้อ	-0.160	0.002**
6.จำนวนครั้งที่ซื้อ	0.109	0.024*
7.จำนวนบริษัทที่ลูกค้าใช้	0.051	0.322

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed**).**