

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1. ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยรวม

ส่วนที่ 2. ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง ในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม โดยรวม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง ในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านความคิดความเชื่อ	2.36	0.37	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึก	2.44	0.31	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	2.60	0.29	ดี
โดยรวม	2.46	0.27	เป็นกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.00 = ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 1 – 1.49 = ไม่ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) เมื่อทำการพิจารณาระดับทัศนคติในแต่ละด้าน พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.60) รองลงมาทัศนคติด้านความรู้สึกอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และทัศนคติด้านความคิดความเชื่ออยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติของลูกค้ายุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลา สหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านความคิดความเชื่อ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	ด้านความคิดความเชื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน	2.71	0.60	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลดีมีความสด	2.76	0.49	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม	2.39	0.76	เป็นกลาง
การจัดจำหน่าย (Place)	พื้นที่จัดจำหน่ายมีความสะอาด	2.30	0.79	เป็นกลาง
	ลานจอดรถมีแสงสว่างเพียงพอ	2.09	0.85	เป็นกลาง
	ลานจอดรถมีความสะอาด	2.11	0.84	เป็นกลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ	2.73	0.51	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ	2.76	0.47	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง	2.27	0.74	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเงินปลามีความชำนาญในการขนถ่าย	2.03	0.82	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว	2.28	0.70	เป็นกลาง
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย	1.93	0.79	เป็นกลาง
โดยรวม		2.36	0.37	เป็นกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.00 = ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 1 – 1.49 = ไม่ดี

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้ายุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อต่อตลาดปลา สหกรณ์ประมงแม่กลอง โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ลูกค้ายุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลดีมีความสด และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.76) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.73) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเล

อย่างชัดเจน (2.71) ส่วนทัศนคติด้านความคิดความเชื่อต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง
ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.39) พื้นที่จัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.30) ขั้นตอนการให้
บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.28) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลา
สหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก

ส่วนประสมการตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน	2.64	0.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด	2.89	0.37	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ	2.54	0.72	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ	2.72	0.51	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.37	0.73	เป็นกลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้	2.74	0.56	ดี
การจัดจำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ	2.36	0.79	เป็นกลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก	2.64	0.63	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง	2.49	0.69	เป็นกลาง
	ชอบให้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้	2.67	0.54	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว	2.14	0.71	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงานให้บริการ อย่างเป็นกันเอง	2.26	0.75	เป็นกลาง
	ชอบที่พนักงานเข็นปลา มีจำนวนเพียงพอ	1.96	0.79	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะ มีความสะดวก	2.29	0.68	เป็นกลาง
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัด จำหน่าย	2.40	0.73	เป็นกลาง
	มั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างใช้บริการ	1.95	0.81	เป็นกลาง
โดยรวม		2.44	0.31	เป็นกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.00 = ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 1 – 1.49 = ไม่ดี

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.49) พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.40) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.37) และทัศนคติด้านความรู้สึกต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.89) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันดี (2.74) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.72) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะคิของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลา สหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

ส่วนประสมการตลาด บริการ	แนวโน้มพฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยง เบนมาตร ฐาน	แปลผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง	2.85	0.42	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.81	0.47	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.82	0.46	ดี
การจัดจำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้น ท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.76	0.52	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์	2.69	0.52	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้	2.63	0.60	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อมูล ข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์	2.51	0.59	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงาน ทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.43	0.64	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม	2.22	0.63	เป็นกลาง
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม	2.27	0.71	เป็นกลาง
โดยรวม		2.60	0.29	ดี

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.00 = ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 1 – 1.49 = ไม่มี

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อตลาดปลา สหกรณ์ประมงแม่กลอง อยู่ในระดับดี (2.60)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม ต่อส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไป ที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.85) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเล จะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.82) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.81) และมีทัศนคติ ด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อส่วนประสมการตลาด อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มี ความชำนาญาน ทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.43) เมื่อนึกถึงสมาชิกตลาดปลา ท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.22) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	187	46.75
หญิง	213	53.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.25 และเพศ ชาย คิดเป็นร้อยละ 46.75

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยสรุบทักษะจิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกหกรรมประมงแม่กลอง
จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	เพศ				รวม	
	เพศชาย		เพศหญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิดความเชื่อ	2.32	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึก	2.44	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	2.58	ดี	2.61	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.44	เป็นกลาง	2.48	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 6 พบว่า เพศชายมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.58) และด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และ (2.32) ตามลำดับ

เพศหญิงมีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.48) และพิจารณารายด้านดังนี้ด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.61) และด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และ (2.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านความคิดความเชื่อ จำแนกตามเพศ

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความคิดความเชื่อ	เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำ ทะเลอย่างชัดเจน	2.66	ดี	2.76	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด	2.73	ดี	2.79	ดี	2.76	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม	2.36	เป็นกลาง	2.43	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความ สะอาด	2.30	เป็นกลาง	2.31	เป็นกลาง	2.31	เป็นกลาง
	บริเวณลานจอดรถมีแสงสว่าง เพียงพอ	2.07	เป็นกลาง	2.11	เป็นกลาง	2.09	เป็นกลาง
	ลาดจอดรถมีความสะดวก	2.06	เป็นกลาง	2.15	เป็นกลาง	2.11	เป็นกลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเล ที่สำคัญ	2.72	ดี	2.75	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ	2.73	ดี	2.79	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	2.19	เป็นกลาง	2.34	เป็นกลาง	2.27	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเงินปลามีความชำนาญ ในการขนถ่าย	1.88	เป็นกลาง	2.17	เป็นกลาง	2.03	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า มีความรวดเร็ว	2.24	เป็นกลาง	2.31	เป็นกลาง	2.28	เป็นกลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการที่ดีในการ รักษาความปลอดภัย	1.96	เป็นกลาง	1.90	เป็นกลาง	1.93	เป็นกลาง
โดยรวม		2.32	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.32) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.36) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.30) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.24) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.73) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.72) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.66) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.43) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.34) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.31) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.79) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.76) และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มี สารฟอร์มาลีน	2.60	ดี	2.68	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการ หลายชนิด	2.90	ดี	2.88	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอ ต่อความต้องการ	2.49	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่ต้องการ	2.72	ดี	2.72	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.32	เป็น กลาง	2.41	เป็นกลาง	2.37	เป็นกลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรอง กันได้	2.71	ดี	2.77	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความ เป็นระเบียบ	2.37	เป็น กลาง	2.36	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในพื้นที่มี การคมนาคมสะดวก	2.62	ดี	2.65	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถ กว้างขวาง	2.50	ดี	2.49	เป็นกลาง	2.49	เป็นกลาง
	ชอบใช้บริการเพราะมีความ คุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้	2.67	ดี	2.67	ดี	2.67	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมี ความรวดเร็ว	2.13	เป็น กลาง	2.15	เป็นกลาง	2.14	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงานให้บริการ อย่างเป็นกันเอง	2.26	เป็น กลาง	2.25	เป็นกลาง	2.26	เป็นกลาง
	ชอบที่พนักงานเงินปลามีจำนวน เพียงพอ	1.91	เป็น กลาง	2.00	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะ มีความสะดวก	2.29	เป็น กลาง	2.30	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง			
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความ สะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.50	ดี	2.31	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง
	มั่นใจในความปลอดภัยใน ระหว่างใช้บริการ	1.99	เป็นกลาง	1.92	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
โดยรวม		2.44	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้ายุ่มตัวอย่างเพศชาย มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลางได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.49) ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.37) และ พอใจราคาสัตว์น้ำทะเล (2.32) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.90) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.72) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.71) ตามลำดับ

ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีทัศนคติในด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลางได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.49) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.41) และชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.36) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.88) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.77) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามเพศ

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	เพศ				รวม	
		ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง	2.82	ดี	2.87	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.80	ดี	2.82	ดี	2.81	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.79	ดี	2.85	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.70	ดี	2.82	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดพลาสติกประมง	2.68	ดี	2.69	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้	2.61	ดี	2.64	ดี	2.63	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดพลาสติกประมง	2.49	เป็นกลาง	2.54	ดี	2.52	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.41	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.43	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม	2.24	เป็นกลาง	2.21	เป็นกลาง	2.22	เป็นกลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม	2.29	เป็นกลาง	2.26	เป็นกลาง	2.27	เป็นกลาง
โดยรวม		2.58	ดี	2.62	ดี	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.58) และเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.82) ท่านคิดว่า จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.80) และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.79) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.49) เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.41) และเมื่อนึกถึงสมาชิกตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.29) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.62) และเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.87) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.85) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไปและถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.82) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.45) เมื่อนึกถึงสมาชิกตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.26) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	85	21.25
30 – 39 ปี	164	41.00
40 – 49 ปี	136	34.00
50 ขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.25 และมีอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปทัศนคติของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง จำแนกตามอายุ

ทัศนคติ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 30 ปี		30 - 39 ปี		40 - 49 ปี		50 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิด ความเชื่อ	2.38	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.39	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึกรัก	2.42	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.53	ดี	2.44	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	2.58	ดี	2.62	ดี	2.59	ดี	2.58	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.45	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.50	ดี	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรักอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.38) และ (2.42) ตามลำดับ ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.58)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 30 – 39 ปี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) โดยมีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และ (2.36) ตามลำดับ ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.62)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 40 – 49 ปี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) โดยมีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และ(2.35) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.59)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติโดยรวมระดับดี (2.50) โดยมีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม และด้านความรู้สึก อยู่ในระดับดี (2.58) และ (2.53) ตามลำดับ ส่วนด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.39) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ายุคต่าง ๆ ต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง
ด้านความถี่ความเชื่อ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านความคิด ความเชื่อ	อายุ								รวม	
		ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของ สัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน	2.66	ดี	2.74	ดี	2.71	ดี	2.73	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมี ความสด	2.61	ดี	2.81	ดี	2.82	ดี	2.67	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคา ยุติธรรม	2.33	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัด จำหน่ายมีความสะอาด	2.24	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.60	ดี	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมี แสงสว่างเพียงพอ	2.14	เป็น กลาง	2.09	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลานจอดรถมีความ สะอาด	2.07	เป็น กลาง	2.12	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวม สัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ	2.80	ดี	2.73	ดี	2.70	ดี	2.67	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายราย ได้ที่สำคัญ	2.82	ดี	2.77	ดี	2.71	ดี	2.80	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์ อย่างทั่วถึง	2.32	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.18	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเงินปลามี ความชำนาญในการ ขนถ่าย	2.21	เป็น กลาง	2.05	เป็น กลาง	1.89	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการ ลูกค้ามีความรวดเร็ว	2.32	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลา มีมาตรการที่ ดี ในการรักษาความ ปลอดภัย	2.06	เป็น กลาง	1.89	เป็น กลาง	1.89	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
โดยรวม		2.38	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 = ไม่ดี, 1.50 - 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 - 3.00 = ดี

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.38) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.33) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.32) และพื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.24) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.82) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเล ที่สำคัญ (2.80) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.66) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า มีทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดที่มีราคายุติธรรม (2.42) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.32) และพื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.23) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.81) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.77) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.74) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.35) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดที่มีราคายุติธรรม (2.43) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.41) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.32) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.82) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.71) และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.70) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.39) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว (2.47) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.33) และพนักงานเงินปลามีความชำนาญในการขนถ่าย ลานจอดรถมีความสะอาดและเป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.13) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.80) มีการคัดแยกชนิดสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.73) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามอายุ

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	อายุ								รวม	
		ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำ ทะเลไม่มีสารฟอร์ มาลีน	2.54	ดี	2.71	ดี	2.65	ดี	2.40	เป็น กลาง	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำ ทะเลไว้บริการ หลายชนิด	2.89	ดี	2.89	ดี	2.88	ดี	2.87	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณ สัตว์น้ำทะเลเพียง พอดีความ ต้องการ	2.42	เป็น กลาง	2.54	ดี	2.59	ดี	2.73	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพ สัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่ต้องการ	2.56	ดี	2.74	ดี	2.79	ดี	2.73	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์ น้ำทะเล	2.34	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.60	ดี	2.37	เป็น กลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำ ทะเลต่อรองกันได้	2.75	ดี	2.74	ดี	2.73	ดี	2.67	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่ จำหน่ายมีความเป็น ระเบียบ	2.28	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.60	ดี	2.36	เป็น กลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้ง อยู่ในพื้นที่มีการ คมนาคมสะดวก	2.66	ดี	2.57	ดี	2.68	ดี	2.80	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณ ลานจอดรถกว้าง ขวาง	2.36	เป็น กลาง	2.50	ดี	2.57	ดี	2.47	เป็น กลาง	2.49	เป็น กลาง
	ชอบใช้บริการ เพราะมีความ คุ้นเคยกับสถานที่ แห่งนี้	2.69	ดี	2.66	ดี	2.67	ดี	2.67	ดี	2.67	ดี

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	อายุ								รวม	
		ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ขอการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว	2.19	เป็นกลาง	2.13	เป็นกลาง	2.09	เป็นกลาง	2.33	เป็นกลาง	2.14	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงานให้บริการมีความเป็นกันเอง	2.28	เป็นกลาง	2.25	เป็นกลาง	2.21	เป็นกลาง	2.60	ดี	2.26	เป็นกลาง
	ชอบที่พนักงานเห็นมีจำนวนเพียงพอ	2.22	เป็นกลาง	1.95	เป็นกลาง	1.77	เป็นกลาง	2.20	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก	2.26	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง	2.47	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.33	เป็นกลาง	2.34	เป็นกลาง	2.50	ดี	2.40	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง
	เงื่อนไขในความปลอดภัยในระหว่างใช้บริการ ...	2.01	เป็นกลาง	1.91	เป็นกลาง	1.98	เป็นกลาง	1.87	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
โดยรวม		2.42	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.53	ดี	2.44	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.42) ชอบที่มีพื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.36) และพอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.34) และส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มี

สัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.89) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.75) และชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.69) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.40) ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.35) และพอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดบริเวณพื้นที่จัดจำหน่าย (2.34) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.89) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.74) และมั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.71) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบการจัดพื้นที่บริเวณจำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.40) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.32) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.29) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.88) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.79) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.73) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.53) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.87) ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก (2.80) ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.73) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีพื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง และชอบขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก (2.47) และมั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.40) และชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว (2.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามอายุ

ส่วน ประสม การ ตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	อายุ								รวม	
		ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้ บริการสัตว์น้ำทะเล ที่มีคุณภาพท่านจะไป ที่ตลาดพลาสติก ประมงแม่กลอง	2.80	ดี	2.87	ดี	2.85	ดี	2.87	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้ บริการตลาดปลาแห่ง นี้ต่อไป	2.80	ดี	2.80	ดี	2.83	ดี	2.87	ดี	2.81	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการ ตลาดปลา ถึงแม้ว่า ราคาสัตว์น้ำทะเลจะ เปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.80	ดี	2.85	ดี	2.81	ดี	2.87	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้ง ตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้น ท่านก็จะยังคงใช้ บริการตลาดปลาแห่งนี้ ต่อไป	2.72	ดี	2.82	ดี	2.71	ดี	2.80	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความ สะดวก ท่านจะไปใช้ บริการตลาดปลา สหกรณ์	2.66	ดี	2.76	ดี	2.65	ดี	2.53	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำ บุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้ บริการตลาดแห่งนี้	2.59	ดี	2.64	ดี	2.65	ดี	2.40	เป็น กลาง	2.63	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตาม ข้อมูลข่าวสารของ ตลาด พลาสติก	2.38	เป็น กลาง	2.55	ดี	2.54	ดี	2.67	ดี	2.52	ดี

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ส่วน ประสม การ ตลาด	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	อายุ								รวม	
		ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.45	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม	2.32	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.19	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม	2.31	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.26	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
โดยรวม		2.58	ดี	2.62	ดี	2.59	ดี	2.58	ดี	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากการตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.58) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.80) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.72) และถ้าคำนึงถึงความสะดวกท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.66) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.45) ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.38) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.32) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มน้อมโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.62) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.87) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.85) และถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.82) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.47) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.20) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีทัศนคติด้านแนวโน้มน้อมพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.59) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.85) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.83) และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.81) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.37) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.26) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.19) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติด้านแนวโน้มน้อมพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.58) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.87) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.80) และท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.67) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.40) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าย่อยกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามที่พักอาศัย

สถานที่ตั้งของที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
สมุทรสงคราม	143	35.75
สมุทรสาคร	118	29.50
เพชรบุรี	53	13.25
ราชบุรี	48	12.00
อื่น ๆ	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้าย่อยส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี คิดเป็นร้อยละ 13.25 รองลงมาอยู่ในจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และจังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปทัศนคติของลูกค้าย่อยกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง จำแนกตามอายุที่พักอาศัย

ทัศนคติ	สถานที่พักอาศัย										รวม	
	สมุทรสงคราม		สมุทรสาคร		เพชรบุรี		ราชบุรี		อื่น ๆ		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ด้านความคิด ความเชื่อ	2.35	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
ด้านความรู้สึก	2.41	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง
ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	2.61	ดี	2.64	ดี	2.59	ดี	2.59	ดี	2.50	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.44	เป็น กลาง	2.49	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 = ไม่ดี, 1.50 - 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 - 3.00 = ดี

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อตลาดพลาสติกโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.46)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่าลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยในสมุทรสงคราม มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.41) และ (2.35) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.61)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่พักอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.49) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) และ (2.40) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.64)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่พักอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) และ (2.40) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.59)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่พักอยู่ในจังหวัดราชบุรี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) และ (2.36) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.59)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่พักอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.41) โดยมีทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และ (2.30) ตามลำดับ ส่วนด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.50) ส่วน

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านความคึกความเชื่อ จำแนกตามที่พักอาศัย

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความคึก ความเชื่อ	ที่พักอาศัย										รวม	
		สมุทรสงคราม		สมุทรสาคร		เพชรบุรี		ราชบุรี		อื่น ๆ			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของ สัตว์น้ำทะเลอย่าง ชัดเจน	2.69	ดี	2.76	ดี	2.74	ดี	2.69	ดี	2.63	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมี ความสด	2.75	ดี	2.81	ดี	2.83	ดี	2.81	ดี	2.53	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคา ยุติธรรม	2.46	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัดจำหน่าย มีความสะอาด	2.36	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.21	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมี แสงสว่างเพียงพอ	2.06	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลาดจอดรถมีความ สะดวก	2.10	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.15	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวม สัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ	2.78	ดี	2.68	ดี	2.74	ดี	2.73	ดี	2.74	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายราย ได้ที่สำคัญ	2.78	ดี	2.71	ดี	2.83	ดี	2.71	ดี	2.84	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์ อย่างทั่วถึง	2.24	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.38	เป็น กลาง	2.03	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเขีนปลา มีความชำนาญในการ ขนถ่าย	2.01	เป็น กลาง	2.16	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง	1.92	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการ ถูกคำมีความรวดเร็ว	2.17	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.50	ดี	2.16	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการ ที่ดีในการรักษาความ ปลอดภัย	1.73	เป็น กลาง	2.03	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	1.94	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
รวม		2.35	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.35) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.46) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.36) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.24) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.78) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.75) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.69) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.45) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.34) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.32) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.81) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.76) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.71) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.39) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.36) ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.32) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.30) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.83) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.74) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.37) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.38) เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.33) และลานจอดรถมีความสะอาด (2.15) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.81) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.73) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.71) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.30) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.37) ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.16) และตลาดปลามีมาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย (2.13) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ เป็น

แหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.84) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.74) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสดประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึกจำแนกตามที่พักอาศัย

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ที่พักอาศัย										รวม	
		สมุทรสงคราม		สมุทรสาคร		เพชรบุรี		ราชบุรี		อื่นๆ			
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน	2.59	ดี	2.75	ดี	2.72	ดี	2.75	ดี	2.26	เป็นกลาง	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด	2.92	ดี	2.81	ดี	2.94	ดี	2.94	ดี	2.87	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ	2.56	ดี	2.51	ดี	2.68	ดี	2.44	เป็นกลาง	2.50	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ	2.69	ดี	2.73	ดี	2.74	ดี	2.67	ดี	2.84	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.37	เป็นกลาง	2.41	เป็นกลาง	2.30	เป็นกลาง	2.33	เป็นกลาง	2.37	เป็นกลาง	2.37	เป็นกลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้	2.71	ดี	2.74	ดี	2.66	ดี	2.79	ดี	2.89	ดี	2.74	ดี
การจัดจำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ	2.36	เป็นกลาง	2.47	เป็นกลาง	2.15	เป็นกลาง	2.25	เป็นกลาง	2.50	ดี	2.36	เป็นกลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก	2.62	ดี	2.53	ดี	2.72	ดี	2.77	ดี	2.74	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง	2.47	เป็นกลาง	2.53	ดี	2.38	เป็นกลาง	2.48	เป็นกลาง	2.63	ดี	2.49	เป็นกลาง
	ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้	2.68	ดี	2.60	ดี	2.72	ดี	2.77	ดี	2.68	ดี	2.67	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว	2.03	เป็นกลาง	2.21	เป็นกลาง	2.28	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง	1.92	เป็นกลาง	2.14	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง	2.24	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.13	เป็นกลาง	2.25	เป็นกลาง	2.21	เป็นกลาง	2.26	เป็นกลาง
	ชอบที่พนักงานเป็นปلاميจำนวนเพียงพอ	1.91	เป็นกลาง	1.92	เป็นกลาง	2.09	เป็นกลาง	2.08	เป็นกลาง	1.92	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก	2.22	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง	2.32	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.24	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ที่พักอาศัย										รวม	
		สมุทรสงคราม		สมุทรสาคร		เพชรบุรี		ราชบุรี		อื่นๆ			
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการ รักษาความสะอาดพื้นที่ ที่จัดจำหน่าย	2.31	เป็น กลาง	2.51	ดี	2.34	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง	2.53	ดี	2.40	เป็น กลาง
	มั่นใจในความปลอดภัย กับในระหว่างใช้ บริการ	1.83	เป็น กลาง	2.05	เป็น กลาง	2.15	เป็น กลาง	1.81	เป็น กลาง	2.03	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
โดยรวม		2.40	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีทัศนคติในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.47) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.37) และชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.36) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.92) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.71) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.69) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร มีทัศนคติในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.47) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.41) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.36) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.81) มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.75) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.74) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี มีทัศนคติในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.38) พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย

(2.34) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก(2.32) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด(2.94) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ(2.74) และมั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน และชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก (2.72) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี มีทัศนคติในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณบานจอร์รถกว้างขวาง (2.48) ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.44) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.35) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด(2.94) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.79) และชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก (2.77) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีทัศนคติในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำ(2.37) มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.26) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.24) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.89) ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด(2.87) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามที่พักอาศัย

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	ที่พักอาศัย										รวม	
		สมุทรสงคราม		สมุทรสาคร		เพชรบุรี		ราชบุรี		อื่น ๆ			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์ น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะ ไปที่ตลาดปลา สหกรณ์ประมงแม่กลอง	2.87	ดี	2.84	ดี	2.87	ดี	2.81	ดี	2.79	ดี	2.85	
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการ ตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.84	ดี	2.82	ดี	2.72	ดี	2.79	ดี	2.84	ดี	2.81-	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาด ปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำ ทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.89	ดี	2.83	ดี	2.89	ดี	2.75	ดี	2.58	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตลาด ปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยัง ลงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ ต่อไป	2.84	ดี	2.75	ดี	2.87	ดี	2.71	ดี	2.45	เป็น กลาง	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาด ปลาสหกรณ์	2.72	ดี	2.72	ดี	2.66	ดี	2.75	ดี	2.45	เป็น กลาง	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคล ที่ท่านรู้จักมาใช้ บริการตลาดแห่งนี้	2.61	ดี	2.68	ดี	2.47	เป็น กลาง	2.60	ดี	2.76	ดี	2.63	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อ มูลข่าวสารของตลาด ปลาสหกรณ์	2.52	ดี	2.54	ดี	2.51	ดี	2.47	เป็น กลาง	2.47	เป็น กลาง	2.52	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความ ชำนาญงานทำให้ท่านอยาก ใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ ต่อไป	2.32	เป็น กลาง	2.50	ดี	2.55	ดี	2.52	ดี	2.32	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัย ของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการ เหมือนเดิม	2.21	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.05	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาด ปลา ท่านยังคงใช้บริการ ตลาดปลาเหมือนเดิม	2.27	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.09	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
โดยรวม		2.61	ดี	2.64	ดี	2.59	ดี	2.57	ดี	2.50	ดี	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี (2.61) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.89) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.87) และท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้น ท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.84) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.32) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.21) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.64) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.84) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.83) และท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.82) ส่วน ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.42) และ ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.31) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.59) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.89) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง และถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.87) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.72) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.47) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.23) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.09) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดราชบุรี มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี (2.57) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.81) ท่านคิด

ว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.79) และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย และถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.75) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.17) และเมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.10) ตามลำดับ

ลูกค้ายกตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดอื่นๆ มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี (2.50) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับที่ดี ได้แก่ ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.84) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.79) และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.76) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.47) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และถ้าคำนึงถึงความสะดวกท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.45) และเมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ายกตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าปลีก	133	33.25
ค้าส่ง	197	49.25
แปรรูปอาหาร	58	14.50
ห้องเย็น	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบกิจการหลักเป็นค้าส่งคิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมาประกอบกิจการหลักเป็นค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาประกอบกิจการหลักเป็นแปรรูปอาหารคิดเป็น ร้อยละ 14.50 และประกอบกิจการหลักเป็นห้องเย็น คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปทัศนคติของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
จำแนกตามประเภทของกิจการ

ทัศนคติ	ประเภทของกิจการ								รวม	
	ค้าปลีก		ค้าส่ง		แปรรูปอาหารทะเล		ห้องเย็น			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิด ความเชื่อ	2.38	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.36	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึก	2.45	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.44	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	2.56	ดี	2.63	ดี	2.60	ดี	2.58	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.46	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.47	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่าง มีระดับทัศนคติต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าปลีก มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) โดยพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) (2.38) ตามลำดับ และด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.56) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าส่ง มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) โดยพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.43) (2.36) ตามลำดับ และด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.63) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) โดยพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.32) และ (2.45) ตามลำดับ และด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.60) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าห้องเย็น มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) โดยพิจารณารายด้านดังนี้ ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) และ (2.42) ตามลำดับ และด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านความคิดความเชื่อ จำแนกตามประเภทกิจการ

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความคิด ความเชื่อ	ประกอบกิจการ								รวม	
		ค้าปลีก		ค้าส่ง		แปรรูปอาหารทะเล		ห้องเย็น			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของ สัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน	2.66	ดี	2.71	ดี	2.83	ดี	2.83	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมี ความสด	2.70	ดี	2.79	ดี	2.79	ดี	2.92	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคา ยุติธรรม	2.36	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัด จำหน่ายมีความสะอาด	2.21	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.75	ดี	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมี แสงสว่างเพียงพอ	2.19	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลานจอดรถมีความ สะดวก	2.20	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	1.95	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำ ทะเลที่สำคัญ	2.81	ดี	2.73	ดี	2.64	ดี	2.42	เป็น กลาง	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ ที่สำคัญ	2.77	ดี	2.81	ดี	2.66	ดี	2.50	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์อย่าง ทั่วถึง	2.38	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเขินปลามีความ ชำนาญในการขนถ่าย	2.04	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการ ลูกค้ามีความรวดเร็ว	2.28	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการที่ดี ในการรักษาความปลอดภัย	1.98	เป็น กลาง	1.90	เป็น กลาง	1.90	เป็น กลาง	1.83	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
โดยรวม		2.38	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 = ไม่ดี, 1.50 - 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 - 3.00 = ดี

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการค้าปลีก มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.38) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.38) เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.36) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.28) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.81) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.77) และคุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.70) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการค้าส่ง มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.43) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.34) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.30) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.81) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.79) และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.73) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.32) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรมและพื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.33) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและพนักงานเงินปลามีความชำนาญในการขนถ่าย (2.17) ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.14) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ มีการคัดแยกชนิดสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.83) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.79) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.66) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการห้องเย็น มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ำมีความรวดเร็ว (2.42) และบริเวณลานจอดรถมีแสงสว่างเพียงพอ ลานจอดรถมีความสะอาด (2.25) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง พนักงานเงินปลามีความชำนาญในการขนถ่าย (2.17) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.92) มีการคัดแยกชนิดสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.83) และพื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.75) ตามลำดับ

๖๕๘, 8342

๑๓๔๒๗

เลขหมู่.....๕.3.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามประเภทกิจการ

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ประกอบกิจการ								รวม	
		ค้าปลีก		ค้าส่ง		แปรรูปอาหาร ทะเล		ห้องเย็น			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มี สารฟอร์มาลีน	2.61	ดี	2.65	ดี	2.67	ดี	2.75	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการ หลายชนิด	2.94	ดี	2.85	ดี	2.90	ดี	2.83	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเล เพียงพอต่อความต้องการ	2.50	ดี	2.60	ดี	2.45	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่สั่งการ	2.68	ดี	2.75	ดี	2.72	ดี	2.67	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.29	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.37	เป็น กลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรอง กันได้	2.72	ดี	2.75	ดี	2.74	ดี	2.67	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความ เป็นระเบียบ	2.29	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.53	ดี	2.42	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
	ชอบที่ตลาดปลาค้างอยู่ในที่ที่มี การคมนาคมสะดวก	2.68	ดี	2.63	ดี	2.53	ดี	2.58	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถ กว้างขวาง	2.52	ดี	2.46	เป็น กลาง	2.52	ดี	2.67	ดี	2.49	เป็น กลาง
	ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้น เคยกับสถานที่แห่งนี้	2.75	ดี	2.68	ดี	2.52	ดี	2.42	เป็น กลาง	2.67	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมี ความรวดเร็ว	2.20	เป็น กลาง	2.09	เป็น กลาง	2.12	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงาน ให้บริการมีความกันเอง	2.21	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.26	เป็น กลาง
	ชอบที่พนักงานแจ้งปริมาณ จำนวนเพียงพอ	2.11	เป็น กลาง	1.85	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	1.75	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการ เพราะมีความสะดวก	2.34	เป็น กลาง	2.24	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความ สะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.32	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.53	ดี	2.67	ดี	2.40	เป็น กลาง
	มั่นใจในความปลอดภัยใน ระหว่างใช้บริการ	1.96	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	1.67	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
โดยรวม		2.45	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการด้านค้าปลีก มีทัศนคติด้าน ความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.34) พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.32) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเลและชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.29) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.94) ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.75) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.72) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการค้าส่ง มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.43) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบพื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.46) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.42) และพอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่บริเวณจัดจำหน่าย (2.39) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.85) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ และชอบราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.75) ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.68) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.45) ชอบขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก (2.36) และประทับใจที่พนักงานให้บริการมีความเป็นกันเอง (2.34) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.90) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.74) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.72) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการห้องเย็น มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายที่มีความเป็นระเบียบ และชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.42) ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.33) และชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว (2.25) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.83) มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.75) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ และชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง และพอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามประเภทกิจการ

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	ประกอบกิจการ								รวม	
		ค้าปลีก		ค้าส่ง		แปรรูปอาหาร ทะเล		ห้องเย็น			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์ น้ำทะเลที่คุณภาพท่านจะไป ที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมง แม่กลอง	2.88	ดี	2.85	ดี	2.79	ดี	2.67	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้ บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.56	ดี	2.65	ดี	2.67	ดี	2.58	ดี	2.63	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาด ปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำ ทะเลจะเปลี่ยนแปลงน้อย	2.77	ดี	2.85	ดี	2.84	ดี	2.83	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาด ปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็ยัง คงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ ต่อไป	2.71	ดี	2.81	ดี	2.74	ดี	2.75	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่าน จะไปใช้บริการตลาด ปลาสหกรณ์	2.68	ดี	2.70	ดี	2.66	ดี	2.75	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาด ปลาแห่งนี้	2.56	ดี	2.65	ดี	2.67	ดี	2.58	ดี	2.63	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อมูล ข่าวสารของตลาด ปลาสหกรณ์	2.40	เป็น กลาง	2.60	ดี	2.52	ดี	2.42	เป็น กลาง	2.53	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความ ชำนาญงานทำให้ท่านอยาก ใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.40	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.50	ดี	2.43	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของ ขั้นตอนการให้บริการ ท่านมี ความสนใจใช้บริการเหมือน เดิม	2.22	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.21	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง
หลักฐานทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาด ปลาที่ท่านยังคงใช้บริการตลาด ปลาเหมือนเดิม	2.20	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
โดยรวม		2.56	ดี	2.63	ดี	2.60	ดี	2.58	ดี	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 = ไม่ดี, 1.50 - 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 - 3.00 = ดี

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการค้าปลีก มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.56) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสดประมงแม่กลอง (2.88) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.77) และถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.71) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสดประมงแม่กลอง และเมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.40) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่จะไปใช้บริการเหมือนเดิม (2.22) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.20) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการค้าส่ง มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.63) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสดประมงแม่กลอง และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.85) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.81) และถ้าคำนึงถึงความสะดวกท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสดประมงแม่กลอง (2.70) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.45) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.30) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่จะไปใช้บริการน้อยลง (2.23) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.60) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.84) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสดประมงแม่กลอง (2.79) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.74) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.41) เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.33) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิม (2.21) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการห้องเย็น มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.58) และเมื่อมีพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้

บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.83) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไปและถ้าคำนึงถึงความสะดวกท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.75) และเมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.67) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.42) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจใช้บริการเหมือนเดิมและเมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	13	3.25
1 – 2 ปี	48	12.00
3 – 4 ปี	81	20.25
มากกว่า 4 ปี	258	64.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการตลาดปลามานานมากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาใช้บริการอยู่ระหว่าง 3 – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาใช้บริการอยู่ระหว่าง 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.25

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยสรุบทักษะจิตของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ทัศนคติ	ระยะเวลาที่ใช้บริการ								รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1 - 2 ปี		3 - 4 ปี		มากกว่า 4 ปี			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิด ความเชื่อ	2.26	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
ด้านความรู้สึก	2.25	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง
ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	2.49	เป็น กลาง	2.61	ดี	2.59	ดี	2.61	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.32	เป็นกลาง	2.48	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 = ไม่ดี, 1.50 - 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 - 3.00 = ดี

จากตารางที่ 26 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ด้านความคิดความเชื่อ และด้านความรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.49) (2.26) และ (2.25) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 1 - 2 ปี มีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.61) ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และ (2.40) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 3 - 4 ปี มีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.59) ด้านความรู้สึก และด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และ (2.36) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมากกว่า 4 ปี มีทัศนคติต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.61) ด้านความรู้สึก ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และ (2.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประเภทแม่กลอง
ด้านความคิดความเชื่อ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความคิดเห็น ความเชื่อ	ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลา								รวม	
		น้อยกว่า 1 ปี		1-2ปี		3-4 ปี		มากกว่า 4 ปี		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล		
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของ สัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน	2.38	เป็น กลาง	2.65	ดี	2.59	ดี	2.78	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเล มีความสด	2.69	ดี	2.75	ดี	2.81	ดี	2.76	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติ ธรรม	2.15	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมี ความสะดวก	2.08	เป็น กลาง	2.21	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมีแสง สว่างเพียงพอ	2.23	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.02	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลานจอดรถมีความ สะดวก	2.15	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์ น้ำทะเลที่สำคัญ	2.62	ดี	2.83	ดี	2.74	ดี	2.72	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ ที่สำคัญ	2.77	ดี	2.88	ดี	2.74	ดี	2.75	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์ สัมพันธ์อย่างทั่วถึง	2.15	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.26	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเป็นปลามีความ ชำนาญใน การขนถ่าย	2.00	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.09	เป็น กลาง	2.01	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า มีความรวดเร็ว	2.15	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกายภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลาไม่มีการ ที่ดีในการรักษาความ ปลอดภัย	1.69	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง	1.87	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
โดยรวม		2.26	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 27 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาน้อยกว่า 1 ปี มีทัศนคติด้านความคิดเห็นและความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.26) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มีการคัดแยกชนิดสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.38) บริเวณลานจอกรถมีแสงสว่างเพียงพอ (2.23) และลานจอกรถมีความสะอาด เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.15) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.77) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.69) และเป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.62) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาตั้งแต่ 1-2 ปี มีทัศนคติด้านความคิดเห็นและความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.44) บริเวณลานจอกรถมีแสงสว่างอย่างเพียงพอ (2.33) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.29) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.88) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.83) และคุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.75) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาตั้งแต่ 3 - 4 ปี มีทัศนคติด้านความคิดเห็นและความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.35) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.32) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.28) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.81) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.74) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.59) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลามากกว่า 4 ปี มีทัศนคติด้านความคิดเห็นและความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.37) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.41) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.37) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามีความรวดเร็ว (2.30) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.78) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.76) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ระยะเวลาที่ใช้บริการตลาดปลา								รวม	
		น้อยกว่า 1 ปี		1-2ปี		3-4 ปี		มากกว่า 4 ปี		ค่า เฉลี่ย	แปล
		ค่า เฉลี่ย	แปล	ค่า เฉลี่ย	แปล	ค่า เฉลี่ย	แปล	ค่า เฉลี่ย	แปล		
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำ ทะเล ไม่มีสารฟอร์มาลีน	2.46	เป็น กลาง	2.67	ดี	2.62	ดี	2.66	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำ ทะเลไว้บริการ หลายชนิด	2.85	ดี	2.90	ดี	2.89	ดี	2.89	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณ สัตว์น้ำทะเลเพียงพอ ต่อความต้องการ	2.31	เป็น กลาง	2.52	ดี	2.56	ดี	2.55	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพ สัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่ต้องการ	2.38	เป็น กลาง	2.69	ดี	2.79	ดี	2.72	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์ น้ำทะเล	1.92	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.38	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำ ทะเลต่อรองกันได้	2.46	เป็น กลาง	2.81	ดี	2.73	ดี	2.74	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่ จำหน่ายมีความเป็น ระเบียบ	2.08	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.19	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้ง อยู่ในพื้นที่มีการ คมนาคมสะดวก	2.62	ดี	2.65	ดี	2.63	ดี	2.64	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณ ลานจอดรถกว้าง ขวาง	2.38	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.38	เป็น กลาง	2.52	ดี	2.49	เป็น กลาง
	ชอบใช้บริการ เพราะมีความคุ้น เคยกับสถานที่ แห่งนี้	2.38	เป็น กลาง	2.73	ดี	2.70	ดี	2.67	ดี	2.67	ดี

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ส่วนประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ระยะเวลาที่ใช้บริการตลาดปลา								รวม	
		น้อยกว่า 1 ปี		1-2ปี		3-4 ปี		มากกว่า 4 ปี			
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว	1.92	เป็นกลาง	2.08	เป็นกลาง	2.17	เป็นกลาง	2.15	เป็นกลาง	2.14	เป็นกลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง	1.92	เป็นกลาง	2.13	เป็นกลาง	2.30	เป็นกลาง	2.28	เป็นกลาง	2.26	เป็นกลาง
	ชอบที่พนักงานเห็นปลาจำนวนมากเพียงพอ	2.00	เป็นกลาง	2.10	เป็นกลาง	2.09	เป็นกลาง	1.89	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก	2.31	เป็นกลาง	2.23	เป็นกลาง	2.26	เป็นกลาง	2.31	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง
หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.23	เป็นกลาง	2.38	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.42	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง
	มั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างใช้บริการ	1.77	เป็นกลาง	2.06	เป็นกลาง	2.07	เป็นกลาง	1.91	เป็นกลาง	1.96	เป็นกลาง
โดยรวม		2.25	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 28 พบว่า ลูกค้ายกตัวอย่างที่ระยะเวลาการเข้าใช้บริการตลาดปลาน้อยกว่า 1 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.25) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มั่นใจในตัวน้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน และชอบที่สัตว์น้ำทะเลต่อรองกัน ได้ (2.46) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ ชอบที่พื้นที่ลานจอดรถกว้างขวาง และชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.38) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมี

ความสะอาด (2.31) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.85) ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก (2.62) ตามลำดับ

ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาตั้งแต่ 1-2 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.42) พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.38) และชอบการจัดพื้นที่จัดจำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.27) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.90) ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.73) และพอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.69) ตามลำดับ

ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาตั้งแต่ 3-4 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.38) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.36) และประทับใจที่พนักงานให้บริการมีความเป็นกันเอง (2.30) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.89) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.79) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.73) ตามลำดับ

ถูกคัดกลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลามากกว่า 4 ปี มีทัศนคติด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.45) พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.42) และพอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.38) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.89) ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.74) และชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.67) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ

ส่วน ประส มการ ตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	ระยะเวลาที่ใช้บริการตลาดปลา								รวม	
		น้อยกว่า 1 ปี		1-2ปี		3-4 ปี		มากกว่า 4 ปี			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิ กั ษณ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสดวันทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง	2.69	ดี	2.90	ดี	2.85	ดี	2.84	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.46	เป็น กลาง	2.65	ดี	2.53	ดี	2.66	ดี	2.63	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสดวันทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.85	ดี	2.73	ดี	2.77	ดี	2.86	ดี	2.83	ดี
การจึ ก จ้ ง น้ า ย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.62	ดี	2.69	ดี	2.72	ดี	2.80	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์	2.62	ดี	2.75	ดี	2.70	ดี	2.68	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้	2.69	ดี	2.85	ดี	2.75	ดี	2.83	ดี	2.81	ดี
การตัง เสริ มการ ตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์	2.38	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.56	ดี	2.52	ดี	2.52	ดี
บุคค ลการ (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.46	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง
กระบวน การ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่จะใช้บริการเหมือนเดิม	2.00	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.19	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม	2.15	เป็น กลาง	2.33	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง

โดยรวม	2.49	เป็น กลาง	2.61	ดี	2.59	ดี	2.61	ดี	2.60	ดี
--------	------	--------------	------	----	------	----	------	----	------	----

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 29 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการเข้าใช้บริการตลาดปลาน้อยกว่า 1 ปี มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.49) และเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป(2.46) ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ประมง (2.38) และเมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.15) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.85) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.69) ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.62) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาใช้บริการตลาดปลาตั้งแต่ 1- 2 ปีมีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.61) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.90) ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.85) และถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.75) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ และ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.46) และเมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.33) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.31) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาใช้บริการตลาดปลา 3 - 4 ปี มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.59) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.85) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.77) และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.75) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.42) ถ้าคำนึงถึง

ความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่จะไปใช้บริการนอกร (2.32) และเมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาใช้บริการตลาดปลามากกว่า 4 ปี มีทัศนคติในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี (2.61) และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.86) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.84) และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.83) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.42) เมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจที่จะไปใช้บริการนอกร (2.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	110	27.50
20,001 – 50,000 บาท	150	37.50
50,001 – 80,000 บาท	108	27.00
มากกว่า 80,000 บาท	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001– 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย 50,000–80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปทัศนคติของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
จำแนกตามรายได้

ทัศนคติ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
	ไม่เกิน 20,000 บาท		20,001 – 50,000 บาท		50,001 – 80,000 บาท		มากกว่า 80,000 บาท			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิดความเชื่อ	2.36	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง	2.29	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึกรู้สึก	2.42	เป็นกลาง	2.45	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง	2.42	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	2.56	ดี	2.62	ดี	2.64	ดี	2.49	เป็นกลาง	2.60	ดี
โดยรวม	2.43	เป็นกลาง	2.47	เป็นกลาง	2.49	เป็นกลาง	2.40	เป็นกลาง	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 31 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อตลาดพลาสติกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.43) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36 และ 2.42) และด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.56)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 - 50,000 บาท มีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36 และ 2.45) ด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับดี (2.62)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 – 80,000 บาท มีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.49) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40 และ 2.46) ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.64)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาท มีระดับทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ (2.29) ด้านความรู้สึกรู้สึก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.29 และ 2.42) ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.49)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสดจำหน่ายประมงแม่กลอง
ด้านความคิดเห็นความเชื่อ จำแนกตามรายได้

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความคิดเห็นความเชื่อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
		ไม่เกิน 20,000 บาท		20,001 – 50,000 บาท		50,001 – 80,000 บาท		มากกว่า 80,000 บาท			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเล อย่างชัดเจน	2.60	ดี	2.74	ดี	2.79	ดี	2.72	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด	2.69	ดี	2.78	ดี	2.80	ดี	2.84	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม	2.36	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.52	ดี	2.28	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความ สะอาด	2.15	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมีแสงสว่างเพียงพอ	2.16	เป็น กลาง	2.07	เป็น กลาง	2.12	เป็น กลาง	1.88	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลาดจอดรถมีความ สะดวก	2.17	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง	1.78	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่ สำคัญ	2.81	ดี	2.71	ดี	2.69	ดี	2.69	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ	2.75	ดี	2.79	ดี	2.72	ดี	2.78	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	2.35	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.24	เป็น กลาง	2.06	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเงินปลามีความชำนาญใน การขนถ่าย	2.00	เป็น กลาง	2.02	เป็น กลาง	2.06	เป็น กลาง	2.13	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ามี ความรวดเร็ว	2.25	เป็น กลาง	2.24	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.16	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการที่ดีในการ รักษาความปลอดภัย	2.00	เป็น กลาง	1.95	เป็น กลาง	1.82	เป็น กลาง	1.91	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
โดยรวม		2.35	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 32 พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.35) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.36) มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.35) และขั้นตอนการให้บริการลูก้ามีความรวดเร็ว (2.25) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.81) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.75) และคุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.69) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 50,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.36) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.35) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.32) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.27) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.79) คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.78) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.74) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 50,001 – 80,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.40) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.44) ขั้นตอนการให้บริการลูก้ามีความรวดเร็ว (2.39) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.24) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.80) มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.79) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.72) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.29) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.31) เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.28) และขั้นตอนการให้บริการลูก้ามีความรวดเร็ว (2.16) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.84) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.78) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามรายได้

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
		ไม่เกิน 20,000 บาท		20,001 – 50,000 บาท		50,001 – 80,000 บาท		มากกว่า 80,000 บาท			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์ มาลิน	2.60	ดี	2.65	ดี	2.64	ดี	2.75	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการ หลายชนิด	2.94	ดี	2.90	ดี	2.83	ดี	2.84	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเล เพียงพอต่อความต้องการ	2.45	เป็น กลาง	2.53	ดี	2.65	ดี	2.53	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่ต้องการ	2.63	ดี	2.73	ดี	2.79	ดี	2.78	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.29	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรอง กันได้	2.75	ดี	2.73	ดี	2.74	ดี	2.72	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความ เป็นระเบียบ	2.20	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.52	ดี	2.34	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในพื้นที่มี การคมนาคมสะดวก	2.66	ดี	2.68	ดี	2.55	ดี	2.63	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถ กว้าง ขวาง	2.51	ดี	2.49	เป็น กลาง	2.51	ดี	2.38	เป็น กลาง	2.49	เป็น กลาง
	ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้น เคยกับสถานที่แห่งนี้	2.71	ดี	2.72	ดี	2.56	ดี	2.69	ดี	2.67	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมี ความรวดเร็ว	2.18	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง	2.16	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
		ไม่เกิน 20,000 บาท		20,001 – 50,000 บาท		50,001 – 80,000 บาท		มากกว่า 80,000 บาท			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงาน ให้บริการอย่างเป็นกันเอง	2.15	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง	2.16	เป็น กลาง	2.26	เป็น กลาง
	ชอบที่พนักงานเห็นปาล์มจำนวน เพียงพอ	2.12	ไม่ ดี	1.92	เป็น กลาง	1.87	เป็น กลาง	1.88	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมี ความสะดวก	2.28	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.16	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความ สะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.27	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.38	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
	มั่นใจในความปลอดภัยในระหว่าง ใช้บริการ	1.92	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง	1.84	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
โดยรวม		2.41	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.46	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 33 พบว่า ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.41) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.45) พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.29) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.28) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.94) ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีความคมนาคมสะดวก (2.66) และชอบใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.63) ตามลำดับ

ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-50,000 บาท มีระดับทัศนคติในด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.45) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.51) ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.37) และพอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.35) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.90) พอใจที่คุณภาพสัตว์

น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.73) ตามลำดับ และชอบใช้บริการ เพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.72) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 50,001-80,000 บาท มีระดับทัศนคติที่อยู่ในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.45) ชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.35) และประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง (2.28) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.83) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.79) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.74) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาท มีระดับทัศนคติที่อยู่ในด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล (2.44) ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย (2.38) ตามลำดับและชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.34) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.84) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.78) และมั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามรายได้

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม	
		ไม่เกิน 20,000 บาท		20,001 – 50,000 บาท		50,001 – 80,000 บาท		มากกว่า 80,000 บาท			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปตลาดพลาสติกประมงแม่กลอง	2.86	ดี	2.87	ดี	2.85	ดี	2.69	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.80	ดี	2.79	ดี	2.86	ดี	2.78	ดี	2.81	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย	2.74	ดี	2.85	ดี	2.87	ดี	2.84	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.71	ดี	2.83	ดี	2.79	ดี	2.56	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์	2.67	ดี	2.74	ดี	2.69	ดี	2.50	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้	2.56	ดี	2.60	ดี	2.70	ดี	2.69	ดี	2.63	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์	2.35	เป็น กลาง	2.56	ดี	2.62	ดี	2.50	ดี	2.52	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.41	ดี	2.43	เป็น กลาง	2.46	ดี	2.34	เป็น กลาง	2.43	ดี
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่จะใช้บริการเหมือนเดิม	2.23	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.21	เป็น กลาง	2.03	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง
หลักฐานทาง กายภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม	2.23	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
โดยรวม		2.56	ดี	2.62	ดี	2.64	ดี	2.49	เป็น กลาง	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่มี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 34 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.56) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการใช้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.86) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.80) และท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.74) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.35) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.23) และเมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.23) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-50,000 บาท มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.62) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการใช้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.87) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.85) และถึงแม้ว่าจะมีจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.83) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.43) เมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.29) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.27) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 50,001-80,000 บาท มีทัศนคติที่อยู่ในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.64) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.87) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.86) และเมื่อนึกถึงการใช้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.85) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.37) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.21) ตามลำดับ

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาท มีทัศนคติที่อยู่ในด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.49) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.34) ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.03)

และเมื่อนี้ถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.00) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดีได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.84) ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.78) และเมื่อนี้ถึงการใช้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.69) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการ ต่อสัปดาห์

ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์	10	2.50
3 – 4 วัน ต่อสัปดาห์	44	11.00
5 – 6 วัน ต่อสัปดาห์	41	10.25
ทุกวัน	305	76.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่เข้ามาทำการซื้อสัตว์น้ำทะเลทุกวัน คิดเป็น ร้อยละ 76.25 รองลงมาเป็นลูกค้าที่เข้ามาทำการซื้อสัตว์น้ำทะเล 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็น ร้อยละ 11.00 เป็นลูกค้าที่เข้ามาซื้อสัตว์น้ำทะเล 5 – 6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.25 และเป็นลูกค้าที่เข้ามาทำการซื้อสัตว์น้ำทะเลไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์คิดเป็น ร้อยละ 2.50

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยสรุบทักษะของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกหกรณ์ประมงแม่กลอง
จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการ

ทักษะ	ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
	ไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อสัปดาห์		5-6 วันต่อสัปดาห์		ทุกวัน			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านความคิดความเชื่อ	2.33	เป็นกลาง	2.25	เป็นกลาง	2.42	เป็นกลาง	2.38	เป็นกลาง	2.36	เป็นกลาง
ด้านความรู้สึกรัก	2.48	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.53	ดี	2.44	เป็นกลาง	2.44	เป็นกลาง
ด้านแนวโน้มนพฤติกรรม	2.61	ดี	2.47	เป็นกลาง	2.59	ดี	2.62	ดี	2.60	ดี
โดยรวม	2.47	เป็นกลาง	2.35	เป็นกลาง	2.51	ดี	เป็นกลาง	ดี	2.46	เป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 36 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทักษะต่อตลาดพลาสติกหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.46)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์ มีทักษะโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรัก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.33 และ 2.48) ด้านแนวโน้มนพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.61)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ระหว่าง 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีทักษะโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.35) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรัก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.25 และ 2.35) ด้านแนวโน้มนพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.47)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ระหว่าง 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทักษะโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.51) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) ด้านความรู้สึกรัก (2.53) ด้านแนวโน้มนพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.53 และ 2.59)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการทุกวัน มีทักษะโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.47) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกรัก อยู่ในระดับเป็นกลาง (2.38 และ 2.44) ด้านแนวโน้มนพฤติกรรม อยู่ในระดับดี (2.62)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านความคิดเห็นความเชื่อ จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความคิดเห็นความเชื่อ	ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
		ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อ สัปดาห์		5-6 วันต่อ สัปดาห์		ทุกวัน			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มีการคิดแยกชนิดของ สัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน	2.30	เป็น กลาง	2.57	ดี	2.68	ดี	2.75	ดี	2.71	ดี
	คุณภาพสัตว์น้ำทะเล มีความสด	2.90	ดี	2.66	ดี	2.59	ดี	2.80	ดี	2.77	ดี
ราคา (Price)	เป็นตลาดปลาที่มีราคาถูกรวม	2.40	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.15	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
การจัด จำหน่าย (Place)	พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความ สะอาด	2.10	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง	2.31	เป็น กลาง
	บริเวณลานจอดรถมีแสงสว่างเพียงพอ	2.40	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.08	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง
	ลาดจอดรถมีความ สะดวก	2.10	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.10	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง
	เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่ สำคัญ	2.80	ดี	2.70	ดี	2.83	ดี	2.72	ดี	2.73	ดี
	เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ	2.70	ดี	2.73	ดี	2.78	ดี	2.77	ดี	2.76	ดี
การส่งเสริม การตลาด (Promotion)	มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	2.10	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง	2.51	ดี	2.26	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	พนักงานเข้ปลามีความชำนาญใน การขนถ่าย	2.00	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	2.05	เป็น กลาง	2.04	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ขั้นตอนการให้บริการ ลูกค้ามีความรวดเร็ว	2.10	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.32	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	ตลาดปลามีมาตรการ ที่ดีในการรักษาความ ปลอดภัย	2.00	เป็น กลาง	1.82	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	1.89	เป็น กลาง	1.93	เป็น กลาง
โดยรวม		2.33	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.42	เป็น กลาง	2.38	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 37 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์มีทัศนคติด้านความถึคความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.33) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม บริเวณลานจอดรถมีแสงสว่างเพียงพอ (2.40) ตามลำดับ มีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.30) และพื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด ลานจอดรถมีความสะดวก มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว (2.10) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.90) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.80) และเป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.70) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 3-4 วันต่อสัปดาห์มีทัศนคติด้านความถึคความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.25) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการลูกค้ายกมีความรวดเร็ว (2.27) เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.23) และมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง (2.14) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.73) เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.70) และคุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.66) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติด้านความถึคความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.42) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ลานจอดรถมีความสะดวก (2.34) ตลาดปลามีมาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย (2.34) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ายกมีความรวดเร็ว (2.32) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เป็นแหล่งศูนย์รวมสัตว์น้ำทะเลที่สำคัญ (2.83) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.78) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.68) ตามลำดับ

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.38) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เป็นตลาดปลาที่มีราคายุติธรรม (2.45) พื้นที่บริเวณจัดจำหน่ายมีความสะอาด (2.36) และขั้นตอนการให้บริการลูกค้ายกมีความรวดเร็ว (2.28) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ คุณภาพสัตว์น้ำทะเลมีความสด (2.80) เป็นแหล่งกระจายรายได้ที่สำคัญ (2.77) และมีการคัดแยกชนิดของสัตว์น้ำทะเลอย่างชัดเจน (2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดพลาสติกประเทศไทยประมงแม่กลอง
ด้านความรู้สึก จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
		ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อ สัปดาห์		5-6 วันต่อ สัปดาห์		ทุกวัน			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสาร ฟอร์มาลีน	2.70	ดี	2.70	ดี	2.49	เป็น กลาง	2.65	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่มีสัตว์น้ำ ทะเลไว้บริการหลายชนิด	3.00	ดี	2.93	ดี	2.90	ดี	2.88	ดี	2.89	ดี
	ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ	2.40	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.49	เป็น กลาง	2.57	ดี	2.54	ดี
	พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรง ตามที่ต้องการ	2.60	ดี	2.61	ดี	2.71	ดี	2.74	ดี	2.72	ดี
ราคา (Price)	พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล	2.30	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.17	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง
	ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลค่อนข้าง กันได้	2.70	ดี	2.66	ดี	2.88	ดี	2.73	ดี	2.74	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความ เป็นระเบียบ	1.70	เป็น กลาง	2.18	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.36	เป็น กลาง
	ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มี การคมนาคมสะดวก	2.90	ดี	2.59	ดี	2.90	ดี	2.60	ดี	2.64	ดี
	ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถ กว้างขวาง	2.50	ดี	2.32	เป็น กลาง	2.59	ดี	2.50	ดี	2.49	เป็น กลาง
	ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้น เคยกับสถานที่แห่งนี้	2.90	ดี	2.64	ดี	2.78	ดี	2.66	ดี	2.67	ดี
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมี ความรวดเร็ว	2.30	เป็น กลาง	2.00	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง	2.11	เป็น กลาง	2.14	เป็น กลาง
บุคลากร (People)	ประทับใจที่พนักงาน ให้บริการอย่างเป็นกันเอง	2.20	เป็น กลาง	1.98	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.28	เป็น กลาง	2.26	เป็น กลาง
	ชอบที่พนักงานเป็นปลามีจำนวน เพียงพอ	2.50	ดี	2.02	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	1.89	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ส่วน ประสมการ ตลาด บริการ	ด้านความรู้สึก	ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
		ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อ สัปดาห์		5-6 วันต่อ สัปดาห์		ทุกวัน			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
กระบวนการ (Processes)	ขอขึ้นตอนการให้บริการเพราะมี ความสะดวก	2.30	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.39	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง	2.29	เป็น กลาง
หลักฐาน ทางกาย ภาพ (Physical Evidence)	พอใจที่มีมาตรการรักษาความ สะอาดพื้นที่จัดจำหน่าย	2.40	เป็น กลาง	2.25	เป็น กลาง	2.51	ดี	2.40	เป็น กลาง	2.40	เป็น กลาง
	มั่นใจในปลอดภัยในระหว่างใช้ บริการ	2.30	เป็น กลาง	1.75	เป็น กลาง	2.15	เป็น กลาง	1.95	เป็น กลาง	1.96	เป็น กลาง
โดยรวม		2.48	เป็น กลาง	2.35	เป็น กลาง	2.53	ดี	2.44	เป็น กลาง	2.44	เป็น กลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 38 พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์มีทัศนคติด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.48) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จำหน่าย (2.40) ตามลำดับ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว ขอขึ้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก และมั่นใจในความปลอดภัยในระหว่างใช้บริการ (2.40) ตามลำดับ และประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเอง (2.20) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (3.00) ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก ชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.90) ตามลำดับ และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.70) ตามลำดับ

ลูกค้ายกตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 3-4 วันต่อสัปดาห์มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.35) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.39) ชอบที่พื้นที่บริเวณลานจอดรถกว้างขวาง (2.32) และพอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล ขอขึ้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จำหน่าย (2.25) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำ

ทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.93) มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน (2.70) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.66) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี (2.53) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด ชอบที่ตลาดปลาตั้งอยู่ในที่ที่มีการคมนาคมสะดวก (2.90) ตามลำดับ ชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.88) และชอบใช้บริการเพราะมีความคุ้นเคยกับสถานที่แห่งนี้ (2.78) ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มั่นใจว่าสัตว์น้ำทะเลไม่มีสารฟอร์มาลีน ชอบที่มีปริมาณสัตว์น้ำทะเลเพียงพอต่อความต้องการ (2.49) ตามลำดับ ชอบการแจ้งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว (2.44) และชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ ประทับใจที่พนักงานให้บริการอย่างเป็นกันเองชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.39) ตามลำดับ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.44) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ พอใจในราคาสัตว์น้ำทะเล ชอบการจัดพื้นที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบ (2.41) ตามลำดับ พอใจที่มีมาตรการรักษาความสะอาดพื้นที่จำหน่าย (2.40) และชอบขั้นตอนการให้บริการเพราะมีความสะดวก (2.29) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ ชอบที่มีสัตว์น้ำทะเลไว้บริการหลายชนิด (2.88) พอใจที่คุณภาพสัตว์น้ำทะเลตรงตามที่ต้องการ (2.74) และชอบที่ราคาสัตว์น้ำทะเลต่อรองกันได้ (2.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างต่อตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง
ด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามความถี่การเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้ม พฤติกรรม	ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
		ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อ สัปดาห์		5-6 วันต่อ สัปดาห์		ทุกวัน			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
ผลิต ภัณฑ์ (Product)	เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์ น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะ ไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ ประมงแม่กลอง	2.90	ดี	2.77	ดี	2.90	ดี	2.85	ดี	2.85	ดี
	ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการ ตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป	2.80	ดี	2.66	ดี	2.95	ดี	2.82	ดี	2.81	ดี
ราคา (Price)	ท่านจะยังคงใช้บริการตลาด ปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำ ทะเลจะเปลี่ยนแปลงน้อย	2.90	ดี	2.70	ดี	2.61	ดี	2.86	ดี	2.83	ดี
การจัด จำหน่าย (Place)	ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาด ปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยัง คงใช้บริการตลาดปลาแห่ง นี้ต่อไป	2.90	ดี	2.59	ดี	2.63	ดี	2.80	ดี	2.76	ดี
	ถ้าคำนึงถึงความสะดวก ท่านจะไปใช้บริการตลาด ปลาสหกรณ์	2.90	ดี	2.52	ดี	2.73	ดี	2.70	ดี	2.69	ดี
	ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคล ที่ท่านรู้จักมาใช้บริการ ตลาดแห่งนี้	2.60	ดี	2.41	เป็น กลาง	2.76	ดี	2.64	ดี	2.63	ดี
การส่ง เสริมการ ตลาด (Promotion)	ท่านจะพยายามติดตามข้อ มูลข่าวสารของตลาดปลา สหกรณ์	2.30	เป็น กลาง	2.18	เป็น กลาง	2.41	เป็น กลาง	2.58	ดี	2.52	ดี
บุคลากร (People)	เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความ ชำนาญงานทำให้ท่านอยาก ใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ ต่อไป	2.50	ดี	2.36	เป็น กลาง	2.34	เป็น กลาง	2.45	เป็น กลาง	2.43	เป็น กลาง
กระบวนการ (Processes)	ถ้าคำนึงถึงความทันสมัย ของขั้นตอนการให้บริการ ท่านมีความสนใจที่ยังใช้ บริการเหมือนเดิม	2.30	เป็น กลาง	2.20	เป็น กลาง	2.15	เป็น กลาง	2.23	เป็น กลาง	2.22	เป็น กลาง

ตารางที่ 39 (ต่อ)

ส่วน ประสม การตลาด บริการ	ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อสัปดาห์								รวม	
		ไม่เกิน 2 วัน ต่อสัปดาห์		3-4 วันต่อ สัปดาห์		5-6 วันต่อ สัปดาห์		ทุกวัน			
		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
หลักฐาน ทางภาษ ภาพ (Physical Evidence)	เมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลา ท่านยังคงใช้บริการตลาดปลา เหมือนเดิม	2.00	เป็น กลาง	2.30	เป็น กลาง	2.37	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง	2.27	เป็น กลาง
โดยรวม		2.61	ดี	2.48	เป็น กลาง	2.59	ดี	2.62	ดี	2.60	ดี

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 = ไม่ดี, 1.50 – 2.49 = เป็นกลาง, 2.50 – 3.00 = ดี

จากตารางที่ 39 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.61) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ ประมงแม่กลอง ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ถึงแม้ว่าจะมีการจัดตั้งตลาดปลาแห่งใหม่ขึ้นท่านก็จะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป และถ้าคำนึงความสะดวกท่านจะไปใช้บริการตลาดปลาสหกรณ์ (2.90) ตามลำดับ ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.80) และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.60) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ ถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.30) ตามลำดับ และเมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.00) ตามลำดับ

ลูกค้ำตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 3-4 วันต่อสัปดาห์มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.48) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.41) เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.36) และเมื่อนึกถึงสุขาภิบาลตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.30) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่

แม่กลอง (2.90) ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลาถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.70) และท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.66) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการระหว่าง 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.59) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.95) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.90) และท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้บริการตลาดแห่งนี้ (2.76) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ ท่านจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดปลาสหกรณ์ (2.41) เมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.37) และเมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.34) ตามลำดับ

ลูก้ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่การเข้าใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับดี (2.62) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทัศนคติอยู่ในระดับดี ได้แก่ ท่านจะยังคงใช้บริการตลาดปลา ถึงแม้ว่าราคาสัตว์น้ำทะเลจะเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย (2.86) เมื่อนึกถึงการให้บริการสัตว์น้ำทะเลที่มีคุณภาพท่านจะไปที่ตลาดปลาสหกรณ์ประมงแม่กลอง (2.85) และท่านคิดว่าจะยังคงใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.82) ตามลำดับ ส่วนทัศนคติที่อยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ เมื่อนึกถึงพนักงานที่มีความชำนาญงานทำให้ท่านอยากใช้บริการตลาดปลาแห่งนี้ต่อไป (2.45) เมื่อนึกถึงสุขภาพตลาดปลาท่านยังคงใช้บริการตลาดปลาเหมือนเดิม (2.27) และถ้าคำนึงถึงความทันสมัยของขั้นตอนการให้บริการท่านมีความสนใจที่ยังใช้บริการเหมือนเดิม (2.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 ความคิดเห็นของลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการปรับปรุงบริการของตลาดปลา

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มบริการสัตว์น้ำทะเลที่แปรรูปแล้ว	149	37.30
เปิดตลาดให้เร็วขึ้น	120	30.00
เพิ่มระยะเวลาผ่อนชำระเงิน	73	18.30
จัดระเบียบบริเวณลานจอดรถใหม่	200	50.00

จากตารางที่ 40 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงบริการของตลาดปลา มากที่สุดด้านการจัดระเบียบบริเวณลานจอดรถใหม่ คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาปรับปรุง บริการคือให้เพิ่มบริการสัตว์น้ำทะเลแปรรูปคิดเป็นร้อยละ 37.30 เปิดตลาดให้เร็วขึ้นคิดเป็นร้อยละ 30.00 และ เพิ่มระยะเวลาผ่อนชำระเงินคิดเป็นร้อยละ 18.30