



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University.
All rights reserved



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ปังจ่ายส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภค

ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระ ของนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุด และผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ศรัณยา อินทวงศ์ รหัส 4840294

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือกโปรดเขียนข้อความลงในช่องที่ระบุว่า อื่นๆ

1. เพศ (1) ชาย (2) หญิง
2. อายุ (1) ต่ำกว่า 20 ปี (2) 20 - 29 ปี
 (3) 30 - 39 ปี (4) 40 - 49 ปี
 (5) 50 - 59 ปี (6) 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับ (1) ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา (2) ระดับมัธยมศึกษา
 (3) ระดับปริญญาตรี (4) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพปัจจุบัน (1) นักเรียน / นักศึกษา (2) รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 (3) พนักงานบริษัทเอกชน (4) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
 (5) แม่บ้าน (6) อื่นๆ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (1) ไม่เกิน 5,000 บาท (2) 5,001 - 10,000 บาท
 (3) 10,001 - 20,000 บาท (4) 20,001 - 30,000 บาท
 (5) 30,001 - 40,000 บาท (6) 40,001 - 50,000 บาท
 (7) มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อที่มีผลต่อผู้บริโภคไอศกรีมแพนไชน์ ระดับพรีเมียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกที่เป็นจริงของท่าน ว่ารายการในข้อนี้มีความสำคัญ สำหรับท่านหรือไม่ ? ในระดับมากน้อยเพียงใด ?

ตัวอย่าง ในการเลือกรับประทาน ไอศกรีมปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจของท่านเพียงใด

ข้อที่	รายการที่ใช้ในการพิจารณา	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ตัวอย่าง คำอธิบาย	ไอศกรีมมีความสะอาด..... * ถ้าท่านคิดว่าเรื่องความสะอาดของไอศกรีมมีความสำคัญต่อการรับประทานที่สุด ท่านควรทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> ช่องแรก * แต่หากท่านคิดว่าเรื่องความสะอาดของไอศกรีมไม่มีผลต่อการรับประทานหรือมีผลต่อการรับประทานแต่ไม่ใช่เรื่องสำคัญ ท่านควรทำเครื่องหมาย <input checked="" type="checkbox"/> ลงใน <input type="checkbox"/> ช่องท้าย	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

2.1 ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของแพนไชน์ไอศกรีม ระดับพรีเมียมมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไอศกรีมรสชาติอร่อย เข้มข้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่ำเสมอ เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมละเอียด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ไอศกรีมมีหลายประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีมไขมันต่ำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
7. ไอศกรีมมีหลายรสชาติให้เลือก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ตามฤดูกาลของผลไม้ เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ไอศกรีมมะม่วง ไอศกรีมสำหรับวอลเลย์บอล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. การจัดไอศกรีมให้นำรับประทาน และมีหีบห่อป้องกันให้เลือกหลายชนิด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. สีสีนของไอศกรีมน่าทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ไอศกรีมมีส่วนผสมหลายชนิดเช่น ถั่ว แอลมอนต์ ผลไม้ ช็อกโกแลต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไอศกรีมให้ตรงความต้องการได้ เช่น ไม่ต้องราคาหีบห่อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หาเลที่ค้นหาได้ง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. สามารถสั่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้งและถุงเก็บความเย็น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. การโฆษณาแจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ให้ทดลองชิมฟรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พืชชา บั๊ตเตอร์ครีม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. การบริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีการกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ในใบรายการมีรายละเอียดของไอศกรีมที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. พนักงานเพียงพอในการบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. มีวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น การทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาท สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. พนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ เสียงดังฟังชัด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. มีเครื่องปรับอากาศทำให้เย็นสบาย การถ่ายเทอากาศดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. การวางผังร้าน โถงสบายตา จัดที่นั่งให้มีบริเวณกว้างขวางไม่คับแคบ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. การตกแต่งบรรยากาศทั้งภายในและภายนอกร้าน สวยงาม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. จำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ความสบายของ โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. บริเวณภายในร้านสะอาด รวมทั้งอุปกรณ์ในการให้บริการ เช่น ถ้วยไอศกรีม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. มีห้องนำบริการภายในร้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. มีที่จอดรถอย่างเพียงพอและเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 3 ความสำคัญต่อปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ แพรนไชส์ไอศกรีม ระดับพรีเมียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.1 ปัญหาที่พบเหล่านี้มีผลต่อการรับประทานแพรนไชส์ไอศกรีม ระดับพรีเมียม มากน้อยเพียงใด

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อย ไม่เข้มข้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีที่อับปิ้งให้เลือกน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ไอศกรีมสีไม่สวย ไม่น่าทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ลูกเกด แอลมอนด์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ลูกค้าไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัญหาด้านราคา	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทาง อยู่ไกล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. เวลาเปิด-ปิดร้านไม่มีความเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่สามารถสั่งกลับบ้านได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ไม่มีโปรโมชั่น หรือ ไม่มีพนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไม่มีทดลองชิมฟรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. สมาชิกไม่มีสิทธิพิเศษ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไม่มีการให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

All rights reserved

ปัญหาด้านกระบวนการ	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. การบริการไม่เหมือนกันทุกครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไม่มีกรกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. พนักงานให้บริการช้า และมีความผิดพลาด เช่น คิดเงินช้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ในใบรายการไม่มีรายละเอียดของไอศกรีม ทำให้สับสน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. พนักงานมีน้อยเกินไป ทำให้บริการไม่ทั่วถึง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ไม่มีการทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัญหาด้านบุคลากรหรือพนักงาน	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติของไอศกรีมที่จำหน่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. พนักงานที่ให้บริการหน้าเบิ่ง ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่สุภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. พนักงานไม่สนใจที่จะบริการลูกค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอกหลายครั้ง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัญหาด้านการร้สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้ร้อน และ การถ่ายเทอากาศไม่ดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. การผังร้านคับแคบ อึดอัด จัควางที่นั่งติดกันมากเกินไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. การตกแต่งภายในและนอกร้านไม่สวยงาม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอในการให้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. โต๊ะและเก้าอี้ไม่นั่งสบาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. บริเวณภายในร้าน และ อุปกรณ์ในการให้บริการ ไม่สะอาดเช่น ถ้วยไอศกรีม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ไม่มีห้องน้ำบริการภายในร้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	5	4.23 (มาก)	3	4.16 (มาก)	5
ปัจจัยด้านราคา	4.20 (มาก)	2	4.29 (มาก)	2	4.25 (มาก)	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.8ค (มาก)	6	4.05 (มาก)	6	3.97 (มาก)	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.6- (มาก)	7	3.78 (มาก)	7	3.71 (มาก)	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.15 (มาก)	3	4.22 (มาก)	4	4.19 (มาก)	3
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.37 (มาก)	1	4.46 (มาก)	1	4.42 (มาก)	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.13 (มาก)	4	4.20 (มาก)	5	4.17 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)		4.18 (มาก)		4.12 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.46	มาก	4.51	มากที่สุด	4.49	มาก
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทางโภชนาการ	3.42	ปานกลาง	3.68	มาก	3.53	มาก
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.38	ปานกลาง	3.54	มาก	3.46	ปานกลาง
4. ไอศกรีมรสชาติอร่อย เข้มข้น	4.45	มาก	4.57	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่ำเสมอ เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมละเอียด	4.22	มาก	4.42	มาก	4.32	มาก
6. ไอศกรีมมีหลายประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีมไขมันต่ำ	3.99	มาก	4.33	มาก	4.16	มาก
7. ไอศกรีมมีหลายรสชาติให้เลือก	4.34	มาก	4.58	มากที่สุด	4.46	มาก
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.88	มาก	4.08	มาก	3.98	มาก
9. ไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ตามฤดูกาลของผลไม้ เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ไอศกรีมมะม่วง ไอศกรีมสำหรับวาเลนไทน์	3.95	มาก	4.04	มาก	4.00	มาก
10. การจัดไอศกรีมให้น่ารับประทาน และมีท็อปปิ้งให้เลือกหลายชนิด	4.13	มาก	4.16	มาก	4.15	มาก
11. สีสีนของไอศกรีมน่าทาน	3.95	มาก	4.22	มาก	4.09	มาก
12. ไอศกรีมมีส่วนผสมหลายชนิด เช่น ถั่ว แอลมอนด์ ผลไม้ คุกกี้	4.09	มาก	4.29	มาก	4.19	มาก
13. ทางร้านสามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ไม่ต้องราดท็อปปิ้ง	4.15	มาก	4.59	มากที่สุด	4.35	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.06	มาก	4.18	มาก	4.12	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.13	มาก	4.24	มาก	4.19	มาก
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.22	มาก	4.32	มาก	4.27	มาก
3. มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	4.21	มาก	4.31	มาก	4.26	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	4.17	มาก	4.29	มาก	4.25	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย	4.17	มาก	4.25	มาก	4.21	มาก
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	3.95	มาก	4.10	มาก	4.03	มาก
3. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	3.88	มาก	4.01	มาก	3.95	มาก
4. สามารถส่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้งและถุงเก็บความเย็น	3.63	มาก	3.70	มาก	3.67	มาก
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.77	มาก	4.01	มาก	3.89	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.89	มาก	4.05	มาก	3.97	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การโฆษณาแจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.28	ปานกลาง	3.54	มาก	3.41	ปานกลาง
2. ให้ทดลองชิมฟรี	3.68	มาก	3.76	มาก	3.72	มาก
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคู่มือส่วนลด	3.95	มาก	3.98	มาก	3.97	มาก
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พิซซ่า บั๊ตเตอร์คิด	3.52	มาก	3.75	มาก	3.64	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	มาก	3.78	มาก	3.71	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การบริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.21	มาก	4.26	มาก	4.24	มาก
2. มีการกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	4.13	มาก	4.14	มาก	4.14	มาก
3. พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	4.29	มาก	4.29	มาก	4.29	มาก
4. ในใบรายการมีรายละเอียดของไอศกรีมที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.11	มาก	4.23	มาก	4.17	มาก
5. พนักงานเพียงพอในการบริการ	4.10	มาก	4.20	มาก	4.15	มาก
6. มีวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น การทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	4.04	มาก	4.17	มาก	4.11	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ	4.15	มาก	4.22	มาก	4.19	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	4.42	มาก	4.48	มาก	4.45	มาก
2. พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	4.24	มาก	4.30	มาก	4.27	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาทสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.44	มาก	4.58	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด
4. พนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้น	4.35	มาก	4.53	มากที่สุด	4.44	มาก
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ เสียงดังฟังชัด	4.29	มาก	4.41	มาก	4.35	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.37	มาก	4.46	มาก	4.42	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. มีเครื่องปรับอากาศทำให้เย็นสบาย การถ่ายเทอากาศดี	4.36	มาก	4.42	มาก	4.39	มาก
2. การวางผังร้านโล่ง สบายตา จัดที่นั่ง ให้มีบริเวณกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.22	มาก	4.35	มาก	4.29	มาก
3. การตกแต่งบรรยากาศทั้งภายใน และภายนอกร้าน สวยงาม	4.21	มาก	4.31	มาก	4.26	มาก
4. จำนวนโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอ สำหรับผู้ใช้บริการ	4.18	มาก	4.23	มาก	4.21	มาก
5. ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	4.17	มาก	4.20	มาก	4.19	มาก
6. บริเวณภายในร้านสะอาด รวมทั้ง อุปกรณ์ในการให้บริการ เช่น ถ้วย ไอศกรีม	4.32	มาก	4.41	มาก	4.37	มาก
7. มีห้องนำบริการภายในร้าน	3.62	มาก	3.60	มาก	3.61	มาก
8. มีที่จอดรถอย่างเพียงพอและ เหมาะสม	3.93	มาก	3.98	มาก	3.96	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4.13	มาก	4.20	มาก	4.17	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)	3.82 (มาก)	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.18 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.50 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)	4.50 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	4.42 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 10 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	3	4	4	4	2	5	5
ปัจจัยด้านราคา	2	2	1	3	5	3	2
ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย	5	6	6	6	6	6	6
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	7	7	7	7	7	7	7
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	6	5	5	2	4	1	3
ปัจจัยด้าน บุคลากรหรือ พนักงาน	1	1	2	1	1	2	1
ปัจจัยด้านการ สร้างและนำ เสนอลักษณะ ทางกายภาพ	4	3	3	5	3	4	4

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.46 (มาก)	4.41 (มาก)	4.79 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทางโภชนาการ	3.60 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	4.20 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.60 (มาก)	3.40 (มาก)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	4.20 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
4. ไอศกรีมรสชาติอร่อยเข้มข้น	4.58 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.50 (มาก)
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่่าเสมอ เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมละเอียด	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
6. ไอศกรีมมีหลายประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีมไขมันต่ำ	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
7. ไอศกรีมมีหลายรสชาติให้เลือก	4.56 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.48 (มาก)
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.23 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
9. ไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ตามฤดูกาลของผลไม้ เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ไอศกรีมมะม่วง ไอศกรีมสำหรับวาเลนไทน์	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	4.20 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
10. การจัดไอศกรีมให้นำรับประทาน และมีท็อปปิ้งให้เลือกหลายชนิด	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	4.27 (มาก)	4.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)
11. สีสีนของไอศกรีมน่าทาน	4.31 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
12. ไอศกรีมมีส่วนผสมหลายชนิดเช่น ถั่ว แอลมอนด์ ผลไม้ สุกี้	4.48 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)
13. ทางร้านสามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ไม่ต้องราดท็อปปิ้ง	4.40 (มาก)	4.48 (มาก)	4.40 (มาก)	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.40 (มาก)	3.82 (มาก)	4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.23 (มาก)	4.13 (มาก)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.10 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	4.04 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.56 (มาก ที่สุด)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.42 (มาก)
3. มีเมนูแสดงราคาอย่าง ชัดเจน	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.56 (มาก ที่สุด)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.30 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.49 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคา	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.51 (มาก ที่สุด)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกซื้อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนทำเลที่ค้นหาได้ง่าย	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.48 (มาก)	4.20 (มาก)	3.90 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
4. สามารถสั่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้งและถุงเก็บความเย็น	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.18 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การโฆษณา แจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวน หน้าร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)	3.72 (มาก)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีรูปส่วนลด	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พืชชำ บัตรเครดิต	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)
2. มีกรกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
3. พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)	4.38 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
4. ในใบรายการมีรายละเอียดของไอศกรีมที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	4.40 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)
5. พนักงานเพียงพอในการบริการ	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)	4.35 (มาก)	4.47 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
6. มีวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น การทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.50 (มาก)	4.19 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

All rights reserved

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายสุภาพสะอาด	4.54 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.44 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
2. พนักงานมีความรู้สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	4.40 (มาก)	4.18 (มาก)	4.40 (มาก)	4.47 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
3. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาท สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.54 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
4. พนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้น	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ เสียงดังฟังชัด	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)	4.50 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. มีเครื่องปรับอากาศทำให้ เย็นสบาย การถ่ายเทอากาศดี	4.58 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.50 (มาก)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
2. การวางผังร้านโล่ง สบายตา จัดที่นั่งให้มีบริเวณกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.27 (มาก)	4.30 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)
3. การตกแต่งบรรยากาศทั้ง ภายในและภายนอกร้าน สวยงาม	4.39 (มาก)	4.24 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
4. จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	4.26 (มาก)	4.19 (มาก)	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)
5. ความสบายของโต๊ะและ เก้าอี้ที่นั่ง	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)
6. บริเวณภายในร้านสะอาด รวมทั้งอุปกรณ์ในการ ให้บริการ เช่น ถ้วยไอศกรีม	4.46 (มาก)	4.32 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
7. มีห้องน้ำบริการภายในร้าน	3.50 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	4.10 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
8. มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และเหมาะสม	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	4.29 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.95 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.60 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.12 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3	3	5	5	5
ปัจจัยด้านราคา	5	2	2	1	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	6	6	6	6	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	7	7	7	7	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	2	5	3	3	3
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	1	1	1	2	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4	4	4	4	4

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.33 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทางโภชนาการ	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.78 (มาก)	3.54 (มาก)	3.47 (มาก)	3.48 (มาก)	3.57 (มาก)
4. ไอศกรีมรสชาติอร่อย เข้มข้น	4.56 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่ำเสมอ เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมละเอียด	3.89 (มาก)	4.29 (มาก)	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)
6. ไอศกรีมมีหลายประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีมไขมันต่ำ	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.48 (มาก)	4.28 (มาก)
7. ไอศกรีมมีหลายรสชาติให้เลือก	4.44 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.67 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)
9. ไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ตามฤดูกาลของผลไม้ เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ไอศกรีมมะม่วง ไอศกรีมสำหรับวาเลนไทน์	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)
10. การจัดไอศกรีมให้น่ารับประทาน และมีท็อปปิ้งให้เลือกหลายชนิด	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)	4.16 (มาก)
11. สีทันของไอศกรีมน่าทาน	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)
12. ไอศกรีมมีส่วนผสมหลายชนิดเช่น ถั่ว แอลมอนด์ ผลไม้ ถู๊กี้	4.44 (มาก)	4.45 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	4.30 (มาก)

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
13. ทางร้านสามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ไม่ต้องรวดหือปิ้ง	4.22 (มาก)	4.37 (มาก)	4.48 (มาก)	4.31 (มาก)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.44 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.89 (มาก)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	4.48 (มาก)	4.24 (มาก)
3. มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	4.44 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	3.95 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ท่าเลที่ตั้งหาได้ง่าย	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.10 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)
4. สามารถส่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้งและถุงเก็บความเย็น	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณาแจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.40 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	4.22 (มาก)	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	4.12 (มาก)	4.02 (มาก)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พืชชา บัตรเครดิต	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.73 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การบริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)	4.26 (มาก)	4.43 (มาก)	4.23 (มาก)
2. มีการกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	4.44 (มาก)	4.01 (มาก)	4.18 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)
3. พนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
4. ในใบรายการมีรายละเอียดของไอศกรีมที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.33 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.40 (มาก)	4.26 (มาก)
5. พนักงานเพียงพอในการบริการ	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)	4.36 (มาก)	4.18 (มาก)
6. มีวิธีการรับคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น การทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)	4.26 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	4.78 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
2. พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	4.56 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.26 (มาก)	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาท สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.89 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)
4. พนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจใส่ และมีความกระตือรือร้น	4.78 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.48 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ เสียงดังฟังชัด	4.56 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.60 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. มีเครื่องปรับอากาศทำให้เย็นสบาย การ ถ่ายเทอากาศดี	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)	4.37 (มาก)	4.43 (มาก)	4.43 (มาก)
2. การวางผังร้านโล่ง สบายตา จัดที่นั่งให้ มีบริเวณกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)	4.27 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
3. การตกแต่งบรรยากาศทั้งภายในและ ภายนอกร้าน สวยงาม	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)
4. จำนวนโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอสำหรับ ผู้ใช้บริการ	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
5. ความสบายของโต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)
6. บริเวณภายในร้านสะอาด รวมทั้ง อุปกรณ์ในการให้บริการ เช่น ถ้วย ไอศกรีม	4.56 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.33 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
7. มีห้องน้ำบริการภายในร้าน	3.00 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
8. มีที่จอดรถอย่างเพียงพอและเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

All rights reserved

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.21 (มาก)	4.41 (มาก)	4.12 (มาก)	4.44 (มาก)	3.90 (มาก)	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.07 (มาก)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.40 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)	4.01 (มาก)	4.19 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 28 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	5	5
ปัจจัยด้านราคา	2	2	2	1	6	1	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	6	6	6	6	5	6	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	7	7	7	7	7	7	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	5	3	5	3	3	4	3
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	1	1	1	2	1	2	1
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3	4	4	4	4	3	4

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.44 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทางโภชนาการ	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)	3.33 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.48 (มาก)	3.65 (มาก)
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	3.32 (มาก)	3.41 (มาก)	3.86 (มาก)	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)
4. ไอศกรีมรสชาติอร่อยเข้มข้น	4.51 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่่าเสมอ เช่น ไม่ละลายเร็ว เนื้อไอศกรีมละเอียด	4.29 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.45 (มาก)
6. ไอศกรีมมีหลายประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีมไขมันต่ำ	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)
7. ไอศกรีมมีหลายรสชาติให้เลือก	4.56 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.47 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.49 (มาก)
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.08 (มาก)	3.72 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)
9. ไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ ตามฤดูกาลของผลไม้ เทศกาล หรือ โอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ไอศกรีมมะม่วง ไอศกรีมสำหรับวาเลนไทน์	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	4.43 (มาก)	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยลักษณะที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
10. การจัดไอศกรีมให้นำ รับประทาน และมีท็อปปิ้ง ให้เลือกหลายชนิด	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.06 (มาก)	4.29 (มาก)	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)
11. สีกลิ่นของไอศกรีมนำ ทาน	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)
12. ไอศกรีมมีส่วนผสม หลายชนิดเช่น ถั่ว แอมมอนด์ ผลไม้ สุกกี	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)
13. ทางร้านสามารถปรับ ไอศกรีมให้ตรงความ ต้องการของลูกค้าได้ เช่น ไม่ต้องราดท็อปปิ้ง	4.59 (มาก ที่สุด)	4.36 (มาก)	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.57 (มาก ที่สุด)	4.26 (มาก)	4.37 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณ	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.05 (มาก)	4.47 (มาก)	3.29 (มาก)	4.52 (มาก ที่สุด)	4.13 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.14 (มาก)	4.51 (มาก ที่สุด)	3.71 (มาก)	4.45 (มาก)	4.25 (มาก)
3. มีเมนูแสดงราคาอย่าง ชัดเจน	4.23 (มาก)	4.51 (มาก)	4.17 (มาก)	4.35 (มาก)	4.71 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านราคา	4.21 (มาก)	4.41 (มาก)	4.12 (มาก)	4.44 (มาก)	3.90 (มาก)	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 4.00x 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ทำเลที่ตั้งหาได้ง่าย	4.21 (มาก)	4.36 (มาก)	4.14 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	4.03 (มาก)	4.15 (มาก)	3.82 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)	4.04 (มาก)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
4. สามารถสั่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้งและถุงเก็บความเย็น	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)	3.53 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.42 (มาก)	3.69 (มาก)
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.96 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณาแจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีจุดประสงค์	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)	3.57 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พิซซ่า บั๊ตเตอร์	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.64 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการมีมาตรฐาน เหมือนกันทุกครั้ง	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
2. มีการกล่าวต้อนรับและ ขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้ บริการ	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.86 (มาก ที่สุด)	3.94 (มาก)	4.22 (มาก)
3. พนักงานให้บริการ รวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	4.32 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	4.41 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.28 (มาก)
4. ในใบรายการมี รายละเอียดของไอศกรีมที่ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)	3.97 (มาก)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)
5. พนักงานเพียงพอในการ บริการ	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	3.97 (มาก)	4.43 (มาก)	4.43 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)
6. มีวิธีการรับคำสั่งซื้อของ ลูกค้า เช่น การทวนคำ สั่งซื้อของลูกค้า	4.14 (มาก)	4.21 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.43 (มาก)	3.77 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการ	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.07 (มาก)	4.19 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด	4.49 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.35 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.49 (มาก)
2. พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำรายละเอียด ของไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	4.27 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการมี มารยาท สุภาพ มีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.51 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
4. พนักงานที่ให้บริการมี ความเอาใจใส่และมีความ กระตือรือร้น	4.49 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.39 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)
5. พนักงานมีการสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ เสียงดังฟัง ชัด	4.40 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.35 (มาก)	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	4.40 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.40 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. มีเครื่องปรับอากาศทำให้ เย็นสบาย การถ่ายเท อากาศดี	4.44 (มาก)	4.31 (มาก)	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)	4.57 (มาก ที่สุด)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)
2. การวางผังร้านโล่ง สบาย ตา จัดที่นั่งให้มีบริเวณ กว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.57 (มาก ที่สุด)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)
3. การตกแต่งบรรยากาศทั้ง ภายในและภายนอกร้าน สวยงาม	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)	4.12 (มาก)	4.37 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)	4.24 (มาก)
4. จำนวน โต๊ะและเก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.09 (มาก)	4.22 (มาก)	4.29 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)
5. ความสบายของโต๊ะและ เก้าอี้ที่นั่ง	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)
6. บริเวณภายในร้าน สะอาด รวมทั้งอุปกรณ์ใน การให้บริการ เช่น ถ้วย ไอศกรีม	4.38 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	4.37 (มาก)
7. มีห้องนำบริการภายใน ร้าน	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.17 (มาก)	3.78 (มาก)	3.14 (ปาน กลาง)	3.77 (มาก)	3.56 (มาก)
8. มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และเหมาะสม	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	3.80 (มาก)	4.12 (มาก)	3.71 (มาก)	4.10 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	4.09 (มาก)	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.38 (มาก)	4.16 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	4.40 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.71 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	4.48 (มาก)	4.34 (มาก)	4.43 (มาก)	4.44 (มาก)	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)	4.37 (มาก)	4.12 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 = มากที่สุด 3.51 - 4.50 = มาก 2.51 - 3.50 = ปานกลาง 1.51 - 2.50 = น้อย 1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 37 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2	4	5	5	4	5	5	5
ปัจจัยด้านราคา	3	2	2	2	1	2	6	2
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	6	6	6	6	6	6	3	6
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	7	7	7	7	7	7	7	7
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	5	5	3	4	3	3	1	3
ปัจจัยด้านบุคลากร หรือพนักงาน	1	1	1	1	2	1	1	1
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4	3	4	3	5	4	4	4

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. Food Safety : ไอศกรีมผ่าน กระบวนการผลิตที่ สะอาดและปลอดภัย	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)	4.63 (มาก ที่สุด)	4.59 (มาก ที่สุด)	4.75 (มาก ที่สุด)	4.78 (มาก ที่สุด)	4.90 (มาก ที่สุด)	4.64 (มาก ที่สุด)
2. Food Nutrition : ไอศกรีมมีคุณค่าทาง โภชนาการ	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)	3.28 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)
3. Healthy Food : ไอศกรีมมีประโยชน์ ต่อสุขภาพ	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)	3.31 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)
4. ไอศกรีมรสชาติ อร่อย เข้มข้น	4.54 (มาก ที่สุด)	4.49 (มาก)	4.49 (มาก)	4.55 (มาก ที่สุด)	4.88 (มาก ที่สุด)	4.67 (มาก ที่สุด)	4.70 (มาก ที่สุด)	4.62 (มาก)
5. ไอศกรีมมีคุณภาพดี สม่ำเสมอ เช่น ไม่ ละลายเร็ว เนื้อ ไอศกรีมละเอียด	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)	4.50 (มาก)	4.33 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.41 (มาก)
6. ไอศกรีมมีหลาย ประเภทให้เลือก เช่น ไอศกรีมนม ไอศกรีม ไขมันต่ำ	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.25 (มาก)
7. ไอศกรีมมีหลาย รสชาติให้เลือก	4.60 (มาก ที่สุด)	4.47 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.44 (มาก)	4.70 (มาก ที่สุด)	4.48 (มาก)
8. ร้านมีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จัก	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	4.07 (มาก)	3.50 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	4.20 (มาก)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ไอศกรีมบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9. ไอศกรีมรสชาติ ใหม่ๆ ตามฤดูกาล ของผลไม้ เทศกาล หรือโอกาสพิเศษ ต่างๆ เช่น ไอศกรีม มะม่วง ไอศกรีม สำหรับวาเลนไทน์	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
10. การจัดไอศกรีม ให้นำรับประทาน และมีท็อปปิ้งให้เลือก หลายชนิด	4.28 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.06 (มาก)
11. สีทันของไอศกรีม นำทาน	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	4.01 (มาก)	3.90 (มาก)	3.50 (ปาน กลาง)	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)	4.01 (มาก)
12. ไอศกรีมมี ส่วนผสมหลายชนิด เช่น ถั่ว แอลมอนด์ ผลไม้ คุกกี้	4.35 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.80 (มาก ที่สุด)	4.21 (มาก)
13. ทางร้านสามารถ ปรับไอศกรีมให้ตรง ความต้องการของ ลูกค้าได้ เช่น ไม่ต้อง ราดท็อปปิ้ง	4.77 (มาก ที่สุด)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)	4.63 (มาก ที่สุด)	3.78 (มาก)	4.70 (มาก ที่สุด)	4.36 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.38 (มาก)	4.16 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 = มากที่สุด 3.51 - 4.50 = มาก 2.51 - 3.50 = ปานกลาง 1.51 - 2.50 = น้อย 1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)	4.88 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)	4.23 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.30 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.48 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)
3. มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	4.32 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ทำเลที่ค้นหาได้ง่าย	4.23 (มาก)	4.10 (มาก)	4.24 (มาก)	4.48 (มาก)	4.13 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.34 (มาก)
2. มีหลายสาขาให้ใช้บริการ	4.07 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)	4.02 (มาก)
3. เวลาเปิด-ปิดร้าน มีความเหมาะสม	4.07 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)	3.99 (มาก)
4. สามารถส่งไอศกรีมไปทานที่บ้านได้ มีบริการจัดเตรียมน้ำแข็งแห้ง และถุงเก็บความเย็น	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.25 (มาก)	3.56 (มาก)	4.30 (มาก)	3.69 (มาก)
5. ร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)	3.72 (มาก)	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	4.40 (มาก)	3.97 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

All rights reserved

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณา แจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	3.77 (มาก)	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)	3.90 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พิซซ่า บัควีครีต	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.71 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	
1. การบริการมี มาตรฐานเหมือนกัน ทุกครั้ง	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)	4.35 (มาก)	4.45 (มาก)	4.38 (มาก)	4.44 (มาก)	4.70 ที่สุด	4.37 (มาก)
2. มีการกล่าวต้อนรับ และขอบคุณลูกค้าเมื่อ เข้ามาใช้บริการ	4.21 (มาก)	4.02 (มาก)	4.22 (มาก)	3.79 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.50 (มาก)	4.19 (มาก)
3. พนักงานให้บริการ รวดเร็วและถูกต้อง เช่น การคิดเงิน	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.90 ที่สุด	4.38 (มาก)
4. ในใบรายการมี รายละเอียดของ ไอศกรีมที่ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.70 ที่สุด	4.28 (มาก)
5. พนักงานเพียงพอ ในการบริการ	4.17 (มาก)	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)	4.41 (มาก)	4.50 (มาก)	4.33 (มาก)	4.70 ที่สุด	4.33 (มาก)
6. มีวิธีการรับคำ สั่งซื้อของลูกค้า เช่น การทวนคำสั่งซื้อของ ลูกค้า	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	4.63 ที่สุด	4.22 (มาก)	4.60 ที่สุด	4.27 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านกระบวนการ	4.14 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.54 ที่สุด	4.19 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 = มากที่สุด 3.51 - 4.50 = มาก 2.51 - 3.50 = ปานกลาง 1.51 - 2.50 = น้อย 1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย ด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกาย สุภาพ สะอาด	4.54 (มาก ที่สุด)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มาก)	4.42 (มาก)
2. พนักงานมีความรู้ สามารถแนะนำ รายละเอียดของ ไอศกรีมได้เป็นอย่างดี	4.30 (มาก)	4.17 (มาก)	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.50 (มาก)	4.30 (มาก)
3. พนักงานที่ ให้บริการมีมารยาท สุภาพ มีมนุษย์ สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.56 (มาก ที่สุด)	4.44 (มาก)	4.54 (มาก ที่สุด)	4.59 (มาก ที่สุด)	4.75 (มาก ที่สุด)	4.78 (มาก ที่สุด)	4.50 (มาก)	4.59 (มาก ที่สุด)
4. พนักงานที่ ให้บริการมีความเอา ใจใส่และมีความ กระตือรือร้น	4.53 (มาก ที่สุด)	4.36 (มาก)	4.47 (มาก)	4.45 (มาก)	4.50 (มาก)	4.44 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.48 (มาก)
5. พนักงานมีการ สื่อสารที่ดี มี ประสิทธิภาพ เสีย ดั่งพึงขาด	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)	4.37 (มาก)	4.41 (มาก)	3.75 (มาก)	4.22 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.30 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	4.48 (มาก)	4.34 (มาก)	4.43 (มาก)	4.44 (มาก)	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)	4.54 (มาก ที่สุด)	4.42 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. มีเครื่องปรับอากาศ ทำให้เย็นสบาย การ ถ่ายเทอากาศดี	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.37 (มาก)
2. การวางผังร้านโล่ง สบายตา จัดที่นั่งให้ มีบริเวณกว้างขวาง ไม่คับแคบ	4.32 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.70 (มาก ที่สุด)	4.31 (มาก)
3. การตกแต่ง บรรยากาศทั้งภายใน และภายนอกร้าน สวยงาม	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)	4.38 (มาก)	4.22 (มาก)	4.70 (มาก ที่สุด)	4.34 (มาก)
4. จำนวนโต๊ะและ เก้าอี้เพียงพอสำหรับ ผู้ใช้บริการ	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)
5. ความสบายของ โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่ง	4.26 (มาก)	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.17 (มาก)
6. บริเวณภายในร้าน สะอาด รวมทั้ง อุปกรณ์ให้บริการ เช่น ถ้วยไอศกรีม	4.42 (มาก)	4.31 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มาก)	4.39 (มาก)
7. มีห้องนำบริการ ภายในร้าน	3.69 (มาก)	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)	3.13 (ปาน กลาง)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
8. มีที่จอดรถอย่าง เพียงพอเหมาะสม	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)	4.14 (มาก)	3.50 (ปาน กลาง)	4.22 (มาก)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.39 (มาก)	4.17 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ความ สำคัญ		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.37 (ปานกลาง)	5	3.40 (ปานกลาง)	5	3.39 (ปานกลาง)	5
ปัจจัยด้านราคา	3.61 (มาก)	2	3.82 (มาก)	2	3.72 (มาก)	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.10 (ปานกลาง)	6	3.20 (ปานกลาง)	6	3.15 (ปานกลาง)	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.06 (ปานกลาง)	7	3.02 (ปานกลาง)	7	3.04 (ปานกลาง)	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.40 (ปานกลาง)	4	3.47 (ปานกลาง)	4	3.44 (ปานกลาง)	4
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.92 (มาก)	1	3.88 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.48 (ปานกลาง)	3	3.53 (มาก)	3	3.51 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)		3.47 (ปานกลาง)		3.45 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	3.95	มาก	4.02	มาก	3.99	มาก
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.18	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.18	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อย ไม่เข้มข้น	3.79	มาก	3.73	มาก	3.76	มาก
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	3.67	มาก	3.69	มาก	3.68	มาก
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	3.41	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	3.42	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	3.02	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	3.36	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีท็อปปิ้งให้เลือกน้อย	3.37	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
11. ไอศกรีมสีไม่สวย ไม่น่าทาน	3.23	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ลูกก็แอลมอนด์	3.12	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
13. ทางร้านไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้	3.10	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.37	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	3.86	มาก	4.00	มาก	3.93	มาก
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.78	มาก	3.95	มาก	3.87	มาก
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.19	ปานกลาง	3.50	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา	3.61	มาก	3.82	มาก	3.72	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทาง อยู่ไกล	3.26	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	3.21	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
3. เวลาเปิด-ปิดร้านไม่มีความเหมาะสม	3.05	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่สามารถส่งกลับบ้านได้	2.92	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.06	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.10	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ไม่มีการโฆษณา หรือ ไม่มีพนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.33	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง
2. ไม่มีทดลองชิมฟรี	2.98	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
3. สมาชิกไม่มีสิทธิพิเศษ	3.00	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง
4. ไม่มีการให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ	2.92	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.06	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัย ด้านกระบวนการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การบริการไม่เหมือนกันทุกครั้ง	3.38	ปานกลาง	3.56		3.47	ปานกลาง
2. ไม่มีกรกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	3.23	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
3. พนักงานให้บริการช้า และมีความผิดพลาด เช่น คิดเงินช้า	3.64	มาก	3.69	มาก	3.67	มาก
4. ในใบรายการไม่มีรายละเอียดของไอศกรีม ทำให้สั่งยาก	3.43	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
5. พนักงานมีน้อยเกินไป ทำให้บริการไม่ทั่วถึง	3.54	มาก	3.56	มาก	3.55	มาก
6. ไม่มีการทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	3.19	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ	3.40	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย	4.08	มาก	3.78	มาก	3.93	มาก
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติของไอศกรีมที่จำหน่าย	3.78	มาก	3.82	มาก	3.80	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการหน้าปิ้ง ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่สุภาพ	3.99	มาก	4.04	มาก	4.02	มาก
4. พนักงานไม่สนใจที่จะบริการลูกค้า	3.98	มาก	4.00	มาก	3.99	มาก
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอกหลายครั้ง	3.75	มาก	3.77	มาก	3.76	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.92	มาก	3.88	มาก	3.90	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีมจำแนกตามเพศ

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้ร้อนและ การถ่ายเทอากาศไม่ดี	3.73	มาก	3.72	มาก	3.73	มาก
2. การผังร้านค้าแคบ อึดอัด จืดจางที่นั่งติดกันมากเกินไป	3.64	มาก	3.70	มาก	3.67	มาก
3. การตกแต่งภายในและนอกร้านไม่สวยงาม	3.52	มาก	3.43	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.58	มาก	3.60	มาก	3.59	มาก
5. โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่งไม่สบาย	3.45	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง
6. บริเวณภายในร้าน และ อุปกรณ์ในการให้บริการ ไม่สะอาดเช่น ถ้วยไอศกรีม	3.48	ปานกลาง	3.62	มาก	3.55	มาก
7. ไม่มีห้องน้ำบริการภายในร้าน	3.09	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง
8. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	3.32	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.48	ปานกลาง	3.53	มาก	3.51	มาก

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.38 (ปาน กลาง)	3.54 (มาก)	3.21 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.89 (มาก)	2.92 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	4.37 (มาก)	2.82 (ปาน กลาง)	3.75 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.09 (ปาน กลาง)	3.19 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)	2.82 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	2.69 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)	3.14 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	3.02 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.45 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.85 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	2.74 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	4.01 (มาก)	3.52 (มาก)	4.13 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3.38 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	2.90 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปาน กลาง)	3.47 (ปาน กลาง)	3.55 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)	3.79 (มาก)	3.09 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 54 การเรียงลำดับระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4	3	6	4	4	2	5
ปัจจัยด้านราคา	2	1	3	1	1	5	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	6	6	5	7	6	5	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	7	7	7	6	7	7	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3	4	2	5	5	7	4
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	1	2	1	2	2	1	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4	4	4	3	3	4	3

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.40 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.05 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.07 (ปานกลาง)
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.01 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	2.00 (น้อย)	2.99 (ปานกลาง)
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อยไม่เข้มข้น	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)	3.96 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	3.53 (มาก)	3.66 (มาก)	3.96 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	2.88 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.42 (ปานกลาง)
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	3.23 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	4.30 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีท็อปปิ้งให้เลือกน้อย	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.99 (ปานกลาง)
11. ไอศกรีมสีไม่สวย ไม่น่าทาน	3.20 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.83 (ปานกลาง)
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ทูที้ แอลมอนด์	3.16 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.72 (ปานกลาง)
13. ทางร้านไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.79 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.38 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.48 (ปานกลาง)
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)	4.30 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	4.37 (มาก)	2.82 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทาง อยู่ไกล	3.21 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.03 (ปานกลาง)
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	3.30 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.16 (ปานกลาง)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านไม่มีความเหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่สามารถส่งกลับบ้านได้	2.94 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.60 (ปานกลาง)
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.09 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณา แจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	2.58 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.64 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	2.70 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.74 (ปานกลาง)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	2.75 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.73 (ปานกลาง)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พืชชา บัตรเครดิต	2.74 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.67 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.69 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการไม่เหมือนกัน ทุกครั้ง	3.21 (ปาน กลาง)	3.50 (ปาน กลาง)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)
2. ไม่มีการกล่าวต้อนรับและ ขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้ บริการ	3.03 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)	3.50 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.32 (ปาน กลาง)
3. พนักงานให้บริการช้า และ มีความผิดพลาด เช่น ตีคเงิน ช้า	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.98 (มาก)	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)
4. โนใบรายการไม่มี รายละเอียดของไอศกรีม ทำ ให้ยุ่งยาก	3.30 (ปาน กลาง)	3.47 (ปาน กลาง)	3.50 (ปาน กลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.50 (ปาน กลาง)	2.00 (น้อย)	3.16 (ปาน กลาง)
5. พนักงานมีน้อยเกินไป ทำ ให้บริการไม่ทั่วถึง	3.29 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.27 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.25 (ปาน กลาง)
6. ไม่มีการทวนคำสั่งซื้อของ ลูกค้า	3.05 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	2.87 (ปาน กลาง)	3.30 (ปาน กลาง)	1.00 (น้อย ที่สุด)	2.79 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อ ปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ	3.45 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.85 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	2.74 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายไม่ สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย	4.04 (มาก)	3.76 (มาก)	4.10 (มาก)	3.80 (มาก)	4.50 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.20 (มาก)
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติ ของไอศกรีมที่จำหน่าย	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.78 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการหน้า บึ้ง ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่ สุภาพ	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.40 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.24 (มาก)
4. พนักงานไม่สนใจที่จะ บริการลูกค้า	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.24 (มาก)
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอกหลายครั้ง	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	4.10 (มาก)	5.00 (มาก ที่สุด)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อ ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากร หรือพนักงาน	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	4.01 (มาก)	3.52 (มาก)	4.13 (มาก)	4.51 (มาก ที่สุด)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีมจำแนกตามอายุ

ปัญหาปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้ร้อน และ การถ่ายเทอากาศไม่ดี	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
2. การผังร้านค้าแคบ อัดอัดจัดวางที่นั่งติดกันมากเกินไป	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
3. การตกแต่งภายในและนอกร้านไม่สวยงาม	3.28 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.12 (ปานกลาง)
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
5. โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่งไม่สบาย	3.34 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
6. บริเวณภายในร้าน และ อุปกรณ์ในการให้บริการ ไม่สะอาดเช่น ถ้วยไอศกรีม	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	4.10 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.26 (ปานกลาง)
7. ไม่มีห้องนำบริการภายในร้าน	3.13 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.96 (ปานกลาง)

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีมจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
8. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	3.90 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.38 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 62 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัย ส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.12 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.35 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.75 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	2.99 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.21 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.29 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.78 (มาก)	3.51 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 63 การเรียงลำดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัย ส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ	ความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	5	5	5	5	5
ปัจจัยด้านราคา	2	1	2	2	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	6	6	6	7	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	7	7	7	6	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4	3	4	4	4
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	1	2	1	1	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3	4	3	3	3

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 64 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	3.67 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	2.78 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	2.89 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อย ไม่เข้มข้น	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)	4.14 (มาก)	3.73 (มาก)
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.66 (มาก)	4.17 (มาก)	3.75 (มาก)
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	3.56 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	3.33 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	2.33 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีท็อปปิ้งให้เลือกน้อย	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
11. ไอศกรีมสีไม่สวย ไม่น่าทาน	2.67 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ลูกเกด แอลมอนด์	2.67 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

ตารางที่ 64 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
13. ทางร้านไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้	2.56 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.12 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 65 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	3.33 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.98 (มาก)	4.12 (มาก)	3.83 (มาก)
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	2.89 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	3.68 (มาก)
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	2.89 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา	3.35 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.75 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 66 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับ
การศึกษา

ปัญหาปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทาง อยู่ไกล	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านไม่มีความเหมาะสม	2.78 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่ สามารถส่งกลับบ้านได้	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	2.67 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย	2.99 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 67 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. การโฆษณา แจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	2.56 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	3.33 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พิซซ่า บั๊ตเตอร์คิต	2.56 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 68 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัย ด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการไม่เหมือนกันทุกครั้ง	2.89 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.81 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
2. ไม่มีการกล่าวต้อนรับและขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการ	2.67 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
3. พนักงานให้บริการช้า และมีความผิดพลาด เช่น คิดเงินช้า	3.11 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.98 (มาก)	3.58 (มาก)
4. ในใบรายการไม่มีรายละเอียดของไอศกรีม ทำให้สั่งยาก	3.22 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
5. พนักงานมีน้อยเกินไป ทำให้บริการไม่ทั่วถึง	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
6. ไม่มีการทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า	2.78 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการ	3.21 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 69 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพ เรียบร้อย	3.44 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติของไอศกรีมที่ จำหน่าย	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	3.69 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการหน้าบึ้ง ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่สุภาพ	3.56 (มาก)	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	4.31 (มาก)	3.95 (มาก)
4. พนักงานไม่สนใจที่จะบริการลูกค้า	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	4.02 (มาก)	4.24 (มาก)	3.99 (มาก)
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอก หลายครั้ง	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	4.05 (มาก)	3.82 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 70 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีมจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา				รวม
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้ร้อน และการถ่ายเทอากาศไม่ดี	3.44 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
2. การผังร้านค้าแคบ อึดอัด จักรวางที่นั่งติดกันมากเกินไป	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.95 (มาก)	3.71 (มาก)
3. การตกแต่งภายในและนอกร้านไม่สวยงาม	3.22 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.00 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.90 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
5. โต๊ะและเก้าอี้ไม่สบาย	3.33 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)
6. บริเวณภายในร้าน และ อุปกรณ์ในการให้บริการ ไม่สะอาดเช่น ถ้วยไอศกรีม	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)
7. ไม่มีห้องนำบริการภายในร้าน	2.78 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
8. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	3.44 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.29 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.78 (มาก)	3.51 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 71 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.90 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	3.73 (มาก)	4.24 (มาก)	3.89 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 72 การเรียงลำดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	5	5	5	5	3	5	5
ปัจจัยด้านราคา	2	1	2	2	4	2	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	6	7	6	7	5	6	6
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	7	6	7	6	7	7	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4	4	4	3	6	4	4
ปัจจัยด้านบุคลากรหรือ พนักงาน	1	2	1	1	1	1	1
ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	3	3	3	4	2	3	3

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 73 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.20 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.14 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อยไม่เข้มข้น	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)	4.29 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.14 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	3.48 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	3.01 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

ตารางที่ 73 ค่าเฉลี่ย และแปลผลการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	3.34 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีท็อปปิ้งให้เลือกน้อย	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
11. ไอศกรีมสีไม่สวย ไม่น่าทาน	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ลูกก็๊ แอลมอนด์	3.07 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
13. ทางร้านไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้	3.26 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 74 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	3.86 (มาก)	4.21 (มาก)	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.81 (มาก)	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.85 (มาก)
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.35 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 75 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทาง อยู่ไกล	3.30 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
3. เวลาเปิด-ปิดร้าน ไม่มีความเหมาะสม	3.07 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่สามารถส่งกลับบ้านได้	3.03 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.04 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.11 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 76 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณาแจกแผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	3.06 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	2.89 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	2.57 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคู่มือส่วนลด	2.83 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น พืชชำ บัตรเครดิต	2.91 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.90 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 77 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการไม่เหมือนกัน ทุกครั้ง	3.39 (ปาน กลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.94 (มาก)	3.29 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)
2. ไม่มีกรกล่าวต้อนรับ และขอขอบคุณลูกค้าเมื่อเข้า มาใช้บริการ	3.21 (ปาน กลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปาน กลาง)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.29 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)
3. พนักงานให้บริการช้า และมีความผิดพลาด เช่น คิดเงินช้า	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.98 (มาก)	2.86 (ปาน กลาง)	3.90 (มาก)	3.62 (มาก)
4. โน้บรายการไม่มี รายละเอียดของไอศกรีม ทำให้สั่งยาก	3.37 (ปาน กลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.30 (ปาน กลาง)	3.76 (มาก)	3.14 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)
5. พนักงานมีน้อยเกินไป ทำให้บริการไม่ทั่วถึง	3.48 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.53 (มาก)	3.90 (มาก)	2.57 (ปาน กลาง)	3.81 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)
6. ไม่มีการทวนคำสั่งซื้อ ของลูกค้า	3.23 (ปาน กลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัญหาปัจจัยด้าน กระบวนการ	3.38 (ปาน กลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.43 (ปาน กลาง)	3.79 (มาก)	3.12 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 78 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพเรียบร้อย	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)	3.71 (มาก)	4.35 (มาก)	3.92 (มาก)
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติของไอศกรีมที่จำหน่าย	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	4.08 (มาก)	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)	3.89 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการหน้าร้าน ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่สุภาพ	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	4.16 (มาก)	3.86 (มาก)	4.42 (มาก)	4.06 (มาก)
4. พนักงานไม่สนใจที่จะบริการลูกค้า	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)	4.07 (มาก)
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอกหลายครั้ง	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.98 (มาก)	3.43 (มาก)	4.06 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	3.73 (มาก)	4.24 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 79 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

ปัญหาปัจจัยด้าน การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศ ทำให้ร้อน และ การถ่ายเท อากาศไม่ดี	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)	3.61 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)
2. การผังร้านค้าแคบ อึดอัด จัดวางที่นั่งติดกัน มากเกินไป	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)
3. การตกแต่งภายในและ นอกร้านไม่สวยงาม	3.38 (ปาน กลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.69 (มาก)	3.29 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.49 (ปาน กลาง)
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่ เพียงพอในการให้บริการ	3.50 (ปาน กลาง)	3.72 (มาก)	3.52 (มาก)	3.84 (มาก)	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)
5. โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่งไม่สบาย	3.38 (ปาน กลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.44 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)
6. บริเวณภายในร้าน และ อุปกรณ์ในการให้บริการ ไม่สะอาดเช่น ถ้วย ไอศกรีม	3.47 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)
7. ไม่มีห้องนำบริการ ภายในร้าน	3.23 (ปาน กลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	3.42 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)

ตารางที่ 79 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้าน การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพปัจจุบัน						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
8. ที่จอดรถมีไม่เพียงพอ	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ต่อปัญหาปัจจัยด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 80 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.33 (ปาน กลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	3.15 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.15 (ปาน กลาง)	2.84 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.16 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	2.95 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)	3.02 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	3.35 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	3.34 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.49 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)
ปัจจัยด้านบุคลากร หรือพนักงาน	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	4.05 (มาก)	4.28 (มาก)	3.89 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.32 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปาน กลาง)	3.42 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)	3.43 (ปาน กลาง)	3.47 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 81 การเรียงลำดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยส่วน ประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	ความ สำคัญ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	5	4	5	5	5	5	4	5
ปัจจัยด้านราคา	2	2	2	2	2	2	2	2
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	6	6	6	6	7	7	6	6
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	7	7	7	7	6	6	7	7
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	4	5	3	3	4	4	3	4
ปัจจัยด้านบุคลากร หรือพนักงาน	1	1	1	1	3	1	1	1
ปัจจัยด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3	3	4	4	1	3	5	3

หมายเหตุ : ปัจจัยสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยสำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7

ตารางที่ 82 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่แน่ใจว่าไอศกรีมผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	3.90 (มาก)	4.07 (มาก)
2. ไอศกรีมไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ	3.23 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. ไอศกรีมไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.19 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
4. ไอศกรีมรสชาติไม่อร่อย ไม่เข้มข้น	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.89 (มาก)	4.30 (มาก)	3.93 (มาก)
5. คุณภาพของไอศกรีมไม่ดี ละลายเร็ว เป็นเกล็ดน้ำแข็ง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	3.50 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	4.30 (มาก)	3.84 (มาก)
6. มีชนิดของไอศกรีมให้เลือกน้อย	3.44 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.52 (มาก)
7. ไอศกรีมรสชาติเดิม และมีรสชาติให้เลือกน้อย	3.42 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.57 (มาก)
8. ร้านไม่มีชื่อเสียง	2.99 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)

ตารางที่ 82 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9. ไม่มีไอศกรีมรสชาติใหม่ๆ	3.31 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
10. จัดตกแต่งไอศกรีมไม่น่ารับประทาน มีห้อยปิ้งให้เลี่ยนน้อย	3.28 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.11 (มาก)	3.90 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
11. ไอศกรีมสีไม่สวยไม่น่าทาน	3.30 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
12. ไอศกรีมไม่มีส่วนผสมของ ลูกท้อ แอลมอนด์	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.50 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
13. ทางร้านไม่สามารถปรับไอศกรีมให้ตรงความต้องการของลูกค้าได้	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.33 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 = มากที่สุด 3.51 - 4.50 = มาก 2.51 - 3.50 = ปานกลาง 1.51 - 2.50 = น้อย 1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 83 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
2. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)
3. ไม่มีเมนูแสดงราคาอย่างชัดเจน	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านราคา	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.95 (มาก)	3.75 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 84 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ร้านหายาก ไม่สะดวกในการเดินทางอยู่ไกล	3.32 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.66 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
2. มีสาขาที่ให้บริการน้อย	3.28 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
3. เวลาเปิด-ปิดร้านไม่มีความเหมาะสม	3.07 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.78 (มาก)	3.70 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
4. มีเฉพาะบริการรับประทานที่ร้าน ไม่สามารถส่งกลับบ้านได้	3.04 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
5. ร้านไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า / ไฮเปอร์มาร์เก็ต	3.01 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.40 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.15 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 = มากที่สุด 3.51 - 4.50 = มาก 2.51 - 3.50 = ปานกลาง 1.51 - 2.50 = น้อย 1.00 - 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 85 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การโฆษณา แจก แผ่นพับ หรือให้พนักงานเชิญชวนหน้าร้าน	2.86 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
2. ให้ทดลองชิมฟรี	2.99 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	2.56 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
3. มีสิทธิพิเศษให้กับสมาชิก เช่น การมีคูปองส่วนลด	2.86 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
4. ให้ส่วนลดร่วมกับสินค้าอื่นๆ เช่น หิซซ่า บัตรเครดิต	2.99 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.95 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 86 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัย ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การบริการไม่ เหมือนกันทุกครั้ง	3.36 (ปาน กลาง)	3.46 (ปาน กลาง)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	4.10 (มาก)	3.69 (มาก)
2. ไม่มีการกล่าว ต้อนรับและขอบคุณ ลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้ บริการ	3.17 (ปาน กลาง)	3.32 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.90 (มาก)	3.51 (มาก)
3. พนักงานให้บริการ ช้า และมีความ ผิดพลาด เช่น คิดเงิน ช้า	3.53 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	4.30 (มาก)	3.82 (มาก)
4. ในใบรายการไม่มี รายละเอียดของ ไอศกรีม ทำให้ตั้ง ยาก	3.43 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)
5. พนักงานมีน้อย เกินไป ทำให้บริการ ไม่ทั่วถึง	3.43 (ปาน กลาง)	3.50 (ปาน กลาง)	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (ปาน กลาง)	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)	3.74 (มาก)
6. ไม่มีการทวนคำ สั่งซื้อของลูกค้า	3.21 (ปาน กลาง)	3.15 (ปาน กลาง)	3.32 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	2.88 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	3.24 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญต่อปัญหา ปัจจัยด้าน กระบวนการ	3.35 (ปาน กลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	3.34 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.49 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 87 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานแต่งกายไม่สะอาด ไม่สุภาพ เรียบร้อย	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)
2. พนักงานไม่รู้จักรสชาติของไอศกรีมที่จำหน่าย	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	4.22 (มาก)	4.30 (มาก)	3.95 (มาก)
3. พนักงานที่ให้บริการหน้าบึ้ง ไม่ยิ้มแย้ม และพูดจาไม่สุภาพ	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	4.13 (มาก)	4.44 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
4. พนักงานไม่สนใจที่จะบริการลูกค้า	3.85 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	4.33 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
5. พนักงานพูดเบา ไม่ชัดเจน ต้องบอกหลายครั้ง	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.50 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	4.05 (มาก)	4.28 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 88 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ไม่มีเครื่องปรับอากาศทำให้อากาศถ่ายเทอากาศไม่ดี	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.87 (มาก)
2. การผังร้านค้าแคบ อึดอัด จัดวางที่นั่งติดกันมากเกินไป	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)
3. การตกแต่งภายในและนอกร้านไม่สวยงาม	3.32 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)
4. มีโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.48 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	4.20 (มาก)	3.77 (มาก)
5. โต๊ะและเก้าอี้ที่นั่งไม่สบาย	3.33 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)
6. บริเวณภายในร้านและอุปกรณ์ในการให้บริการไม่สะอาด เช่น ถ้วยไอศกรีม	3.52 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.79 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
7. ไม่มีห้องนำบริการภายในร้าน	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

ตารางที่ 88 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับการพบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการบริโภคไอศกรีม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	40,001 - 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
8. ที่จอตครรมี่ไม่เพียงพอ	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัญหาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.32 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศรัณยา อินทวงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	13 พฤศจิกายน 2520
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2538 สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร อุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2542
ประสบการณ์	พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2544 บริษัท เอฟ แอนด์ เอ็น ยูไนเต็ด จำกัด จังหวัด กรุงเทพมหานคร ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2548 บริษัท บี-อาร์ (ไทยแลนด์) จำกัด จังหวัด ปทุมธานี ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่เทคนิคฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน กลุ่มวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นม กรมปศุสัตว์ จังหวัดเชียงใหม่ ตำแหน่ง นักวิทยาศาสตร์