

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจค้าส่งผลไม้สดในตลาดเมืองใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

ชื่อร้าน

ลักษณะธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบัน

จำนวนพนักงาน- แรงงาน

ชนิดผลไม้สดที่จำหน่าย

ลูกค้าซื้อสินค้าชนิดใดมากที่สุด เรียงลำดับจาก 1-5

ธุรกิจค้าส่งผลไม้เป็นธุรกิจหลักหากมีธุรกิจรองในการประกอบการมีอะไรบ้าง

รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวัน

ปริมาณลูกค้า

การบอกช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการเชิงลึก จำนวน 4 รายโดยใช้รายละเอียดแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่เตรียมไว้ ได้ผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้าส่งผลไม้สด

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านค้าส่งผลไม้สด				
1. ชื่อร้าน	ร้าน ก	ร้าน ข	ร้าน ค	ร้าน ง
2. ลักษณะธุรกิจ	เจ้าของคนเดียว			
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ (ปี)	11-15	16-20	11-15	21-25
4. จำนวนพนักงาน- แรงงาน (คน)	11-15			
5. ชนิดผลไม้สดที่จำหน่าย (ชนิด)	11-15	11-15	5-10	> 26
6. ลูกค้านำผลไม้ เรียงลำดับ จาก 1-5	1.แอปเปิล 2.แก้วมังกร 3.กล้วยหอม 4.ทับทิมจีน 5.ส้ม	1.ส้ม 2.ชมพู 3.องุ่น 4.แอปเปิล 5.มะพร้าว	1.มะพร้าว 2.เงาะ 3.ลองกอง 4.มังคุด 5.มะไฟ	1.เงาะ 2.มังคุด 3.ลำไย 4.ลองกอง 5.มะม่วง
7. ธุรกิจรองของผู้ประกอบการ	ขายผลไม้สด ปลีก	ทำสวนส้ม	ทำสวน	รับจ้างขนส่ง
8. รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวัน (บาท)	> 100,000	> 100,000	80,001- 100,000	80,001- 100,000
9. ปริมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน (ราย)	> 51	> 51	21-30	31-40
10. ช่วงเวลาเปิด-ปิดทำการของร้าน	02.00-14.00	04.00-11.00	03.00-13.00	03.00-15.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด

ร้าน ก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

มีผลไม้ให้เลือกครบทุกชนิด การจัดเกรดผลไม้ชัดเจน การแบ่งเป็นแพ็คเกจย่อยสำหรับขายปลีก มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า มีระดับความสำคัญมาก

ปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง ผลไม้สด สะอาด ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน และการแจ้งวันที่หมดอายุ มีระดับความสำคัญปานกลาง

การรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ สามารถต่อรองราคาได้ ระยะเวลาในการให้เครดิต และบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า มีระดับความสำคัญมาก

ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น และการซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

การบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน และการบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า มีระดับความสำคัญมาก

ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง และการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการให้ส่วนลดราคา มีระดับความสำคัญมาก

การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่ การให้ของขวัญ มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ทราบรายละเอียดผลไม้เป็นอย่างดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีความสุภาพเรียบร้อย และมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีระดับความสำคัญมาก

มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า มีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อสินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด และมีการให้บริการส่งผลไม้ มีระดับความสำคัญมาก

การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้าซื้อ และมีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา และมีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด มีระดับความสำคัญมาก

ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ ภายในร้านมีการระบายอากาศดี และสถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ มีระดับความสำคัญปานกลาง

ร้าน ข

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

มีผลไม้ให้เลือกครบทุกชนิด ผลไม้สด สะอาด มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า มีระดับความสำคัญมาก

มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง ผลไม้ถูกใส่ภาชนะบรรจุภัณฑ์อย่างดี มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน และการแจ้งวันที่หมดอายุ มีระดับความสำคัญปานกลาง

มีการแบ่งเป็นแพ็คเกจสำหรับขายปลีก และการรับเปลี่ยน - รับคืนสินค้า มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

สามารถต่อรองราคาได้ และมีบริการส่งจองผลไม้ล่วงหน้า มีระดับความสำคัญมาก
 ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลด
 เงินสด มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด และ
 ระยะเวลาในการให้เครดิต มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน ร้านค้ามีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ และการบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า มีระดับความสำคัญมาก
 ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) มีระดับความสำคัญมาก
 การให้ส่วนลดราคา การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วัน
 ตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่ และการให้ของขวัญ มีระดับความสำคัญปานกลาง
 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ทราบรายละเอียดผลไม้เป็นอย่างดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที
 ไร้วางใจ มีความสุภาพเรียบร้อย มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่
 ลูกค้า และมีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี มีระดับความสำคัญมาก

ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อสินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด มีระดับ
 ความสำคัญมาก

การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า มีการให้บริการส่งผลไม้ มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้
 ที่ลูกค้าซื้อ และมีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ และภายในร้านมีการระบายอากาศดี สถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ มีระดับความสำคัญมาก

มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด มีระดับความสำคัญปานกลาง

ร้าน ค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า และผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน มีระดับความสำคัญมาก

มีผลไม้ให้เลือกครบทุกชนิด มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง และผลไม้สด สะอาด มีระดับความสำคัญปานกลาง

มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี มีการแบ่งเป็นแพ็คเกจสำหรับขายปลีก มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย และการแจ้งวันที่หมดอายุ ระดับความสำคัญน้อย การรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด และสามารถต่อรองราคาได้ มีระดับความสำคัญมาก

ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ ระยะเวลาในการให้เครดิต และมีบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน และการบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า มีระดับความสำคัญมาก

ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง และมีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการขาย มีระดับความสำคัญมาก

การให้ส่วนลดราคาและการจัดกิจกรรมให้ส่วนลคในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่ มีระดับความสำคัญปานกลาง

การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การขายโดยใช้พนักงานขาย และมีการให้ของขวัญ มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ทราบรายละเอียดผลไม้เป็นอย่างดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า มีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีระดับความสำคัญมาก

มีความสุภาพเรียบร้อย ระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อสินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า มีการให้บริการส่งผลไม้ มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้าซื้อ และมีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ และภายในร้านมีการระบายอากาศดี มีระดับความสำคัญมาก

รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา และสถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ มีระดับความสำคัญปานกลาง

ร้าน ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง ผลไม้สด สะอาด มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า มีระดับความสำคัญมาก

มีผลไม้ให้เลือกครบทุกชนิด ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี มีหลากหลายยี่ห้อ / ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน และการรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า มีระดับความสำคัญปานกลาง

การแข่งขันที่หนักราคา และมีการแบ่งเป็นแพ็คเกจสำหรับขายปลีก มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ สามารถต่อรองราคาได้ และการซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด มีระดับความสำคัญมาก

ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น ระยะเวลาในการให้เครดิต และมีบริการส่งจอบผลไม้ล่วงหน้า มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ และความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน มีระดับความสำคัญมาก

ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง และมีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ มีระดับความสำคัญปานกลาง

การบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การให้ส่วนลดราคา การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่ และมีการให้ของขวัญ

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีระดับความสำคัญน้อย

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ทราบบรายละเอียดผลไม้เป็นอย่างดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า มีการชี้แจงข้อ

สงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีระดับความสำคัญมาก

ความสุภาพเรียบร้อย มีระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อสินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า มีการให้บริการส่งผลไม้ มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้าซื้อ และมีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ และภายในร้านมีการระบายอากาศดี มีระดับความสำคัญมาก

รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด และสถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ มีระดับความสำคัญปานกลาง

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Structure Questionnaire) สัมภาษณ์เจ้าของกิจการ จำนวน 4 ราย คือ

1. ร้าน ก
2. ร้าน ข
3. ร้าน ค
4. ร้าน ง

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม ลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน
เจ้าของคนเดียว	4
รวม	4

พบว่า ลักษณะธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียว จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบัน

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบัน	จำนวน
11-15 ปี	2
16-20 ปี	1
21-25 ปี	1
รวม	4

พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบันอยู่ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 2 ราย ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบันอยู่ระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 1 ราย และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบันอยู่ระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 1 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม จำนวนพนักงาน-แรงงาน

จำนวนพนักงาน-แรงงาน	จำนวน
11-15 คน	4
รวม	4

พบว่า มีจำนวนพนักงาน-แรงงาน อยู่ระหว่าง 11-15 คน จำนวน 4 ราย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม จำนวนชนิดผลไม้สดที่จำหน่าย

ชนิดผลไม้สดที่จำหน่าย	จำนวน
5-10 ชนิด	1
11-15 ชนิด	2
มากกว่า 26 ชนิด	1
รวม	4

พบว่า มีจำนวนชนิดผลไม้สดที่จำหน่ายอยู่ระหว่าง 11-15 ชนิด จำนวน 2 ราย มีจำนวนชนิดผลไม้สดที่จำหน่ายอยู่ระหว่าง 5-10 ชนิด จำนวน 1 ราย และมีจำนวนชนิดผลไม้สดที่จำหน่ายอยู่มากกว่า 26 ชนิด จำนวน 1 ราย

ลูกค้าซื้อผลไม้ชนิดใดมากที่สุด เรียงลำดับจาก 1-5 ดังนี้

ร้าน ก	1.แอปเปิล	2.แก้วมังกร	3.กล้วยหอม	4.ทับทิมจีน	5.ส้ม
ร้าน ข	1.ส้ม	2.ชมพู	3.องุ่น	4.แอปเปิล	5.มะพร้าว
ร้าน ค	1.มะพร้าว	2.เงาะ	3.ลองกอง	4.มังคุด	5.มะไฟ
ร้าน ง	1.เงาะ	2.มังคุด	3.ลำไย	4.ลองกอง	5.มะม่วง

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม ภารกิจรองในการประกอบการ

ภารกิจรองของผู้ประกอบการ	จำนวน
ทำสวนผลไม้	2
รับจ้างขนส่งสินค้า	1
ขายปลีก	1
รวม	4

พบว่า ภารกิจรองของผู้ประกอบการ คือการทำสวนผลไม้ จำนวน 2 ราย รับจ้างขนส่งสินค้า จำนวน 1 ราย และขายผลไม้สดปลีก จำนวน 1 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวัน

รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวัน	จำนวน
80,001 – 100,000 บาท	2
มากกว่า 100,000 บาท	2
รวม	4

พบว่า รายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวัน มีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวันอยู่ระหว่าง 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 2 ราย และมีรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อวันอยู่มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 2 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตาม ปริมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน

ปริมาณลูกค้า	จำนวน
21-30 คน	1
31-40 คน	1
มากกว่า 51 คน	2
รวม	4

พบว่า มีปริมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน มากกว่า 51 คน จำนวน 2 ราย มีปริมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน อยู่ระหว่าง 21-30 คน จำนวน 1 ราย และมีปริมาณลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน 31-40 คน จำนวน 1 ราย

การบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ พบว่า มีช่วงเวลาดังนี้

ร้าน ก ช่วงเวลาการเปิด-ปิดทำการ อยู่ระหว่างเวลา 02.00 - 14.00 น.

ร้าน ข ช่วงเวลาการเปิด-ปิดทำการ อยู่ระหว่างเวลา 04.00 - 11.00 น.

ร้าน ค ช่วงเวลาการเปิด-ปิดทำการ อยู่ระหว่างเวลา 03.00 - 13.00 น.

ร้าน ง ช่วงเวลาการเปิด-ปิดทำการ อยู่ระหว่างเวลา 03.00 - 15.00 น.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

4.2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ประเด็นคำถาม ที่ถามในแต่ละด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านการผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- มีผลไม้ให้เลือกครบทุกชนิด
- มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง
- ผลไม้สด สะอาด
- มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน
- ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี
- มีการแบ่งเป็นแพ็คเกจย่อยสำหรับขายปลีก
- มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย
- ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน
- การแจ้งวันที่หมดอายุ
- การรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า
- ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า

ลิขสิทธิ์ © โดย Chiang Mai University

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่

- ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น
- ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น
- มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด
- มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ
- สามารถต่อรองราคาได้
- การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด
- ระยะเวลาในการให้เครดิต
- มีบริการส่งของผลไม่ล่วงหน้า

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่

- มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ
- ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน
- ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง
- ร้านค้ามีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ
- การบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ
- การให้ส่วนลดราคา
- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling)
- การส่งเสริมการขาย
- การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่
- มีการให้ของขวัญ

ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ได้แก่

- มีความเป็นกันเองกับลูกค้า
- ทราบรายละเอียดผลไม้เป็นอย่างดี
- มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ
- มีความสุภาพเรียบร้อย
- มีธรรมาสัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า
- มีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี
- มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ได้แก่

- มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อสินค้า, การคิดเงิน, การเก็บเงินทั้งหมด
- การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า
- มีการให้บริการส่งผลไม้
- มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้าซื้อ
- มีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่

- รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น
- ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา
- มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด
- ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ
- ภายในร้านมีการระบายอากาศดี
- สถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ

ตารางที่ 9 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. มีผลไม้มให้เลือกครบทุกชนิด	2	2	-	4
2. มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง	1	3	-	4
3. ผลไม้สด สะอาด	2	2	-	4
4. มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน	3	1	-	4
5. ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี	-	3	1	4
6. มีการแบ่งเป็นแพ็คเกจย่อยสำหรับขายปลีก	1	-	3	4
7. มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย	3	-	1	4
8. ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน	4	-	-	4
9. การแจ้งวันที่หมดอายุ	-	2	2	4
10. การรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า	-	1	3	4
11. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า	4	-	-	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของร้านค้า จำนวน 4 ราย ผลไม้แสดงแหล่งที่มาชัดเจน จำนวน 4 ราย มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน จำนวน 3 ราย มีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย จำนวน 3 ราย มีผลไม้มให้เลือกครบทุกชนิด จำนวน 2 ราย ผลไม้สด สะอาด จำนวน 2 ราย มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง จำนวน 1 ราย และมีการแบ่งเป็นแพ็คเกจย่อยสำหรับขายปลีก จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี จำนวน 3 ราย มีปริมาณผลไม้ให้เลือกอย่างพอเพียง จำนวน 3 ราย มีผลไม้มให้เลือกครบทุกชนิด จำนวน 2 ราย ผลไม้สด สะอาด จำนวน 2 ราย การแจ้งวันที่หมดอายุ จำนวน 2 ราย มีการจัดเกรดผลไม้ชัดเจน จำนวน 1 ราย และการรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญน้อย ได้แก่ มีการแบ่งเป็นแพ็คเกจย่อยสำหรับขายปลีก จำนวน 3 ราย การปรับเปลี่ยน – รับคืนสินค้า จำนวน 3 ราย การแจ้งวันที่หมดอายุ จำนวน 2 ราย ผลไม้ถูกใส่ภาชนะ-บรรจุภัณฑ์อย่างดี จำนวน 1 ราย และมีหลากหลายยี่ห้อ /ตราสินค้าที่จัดจำหน่าย จำนวน 1 ราย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด
ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น	2	2	-	4
2. ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น	-	3	1	4
3. มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด	2	1	1	4
4. มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ	2	1	1	4
5. สามารถต่อรองราคาได้	4	-	-	4
6. การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด	2	2	-	4
7. ระยะเวลาในการให้เครดิต	1	2	1	4
8. มีบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า	2	1	1	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านราคา ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ จำนวน 4 ราย ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น จำนวน 2 ราย มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด จำนวน 2 ราย มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ จำนวน 2 ราย การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด จำนวน 2 ราย มีบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า จำนวน 2 ราย และระยะเวลาในการให้เครดิต จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น จำนวน 3 ราย ราคาใกล้เคียงกับร้านค้าอื่น จำนวน 2 ราย การซื้อสินค้ามีการชำระเป็นเงินสด จำนวน 2 ราย ระยะเวลาในการให้เครดิต จำนวน 2 ราย มีบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า จำนวน 1 ราย มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด จำนวน 1 ราย และมีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญน้อย ได้แก่ ราคาต่ำกว่าร้านค้าอื่น จำนวน 1 ราย มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดเงินสด จำนวน 1 ราย มีส่วนลดสินค้าให้กับลูกค้า-ส่วนลดปริมาณ จำนวน 1 ราย ระยะเวลาในการให้เครดิต จำนวน 1 ราย และมีบริการส่งของผลไม้ล่วงหน้า จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 11 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ	4	-	-	4
2. ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน	4	-	-	4
3. ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง	-	4	-	4
4. ร้านค้ามีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ	-	3	1	4
5. การบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า	3	-	1	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีการบอกเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 4 ราย ความสะอาดของพื้นที่วางสินค้าในร้าน จำนวน 4 ราย และการบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า จำนวน 3 ราย

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ร้านค้ามีที่จอดรถอย่างพอเพียง จำนวน 4 ราย และร้านค้ามีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ จำนวน 3 ราย

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีระดับความสำคัญน้อย ได้แก่ ร้านค้ามีการอำนวยความสะดวกในการจอดรถ จำนวน 4 ราย และการบริการขนส่งสินค้าให้ลูกค้า จำนวน 4 ราย

ตารางที่ 12 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	-	1	3	4
2. การให้ส่วนลดราคา	1	3	-	4
3. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)	2	1	1	4
4. การส่งเสริมการขาย	1	3	-	4
5. การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่	-	4	-	4
6. มีการให้ของขวัญ	-	3	1	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงานขาย จำนวน 2 ราย การให้ส่วนลดราคา จำนวน 1 ราย และการส่งเสริมการขาย จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ส่วนลดในวันสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน วันสำคัญทางศาสนา วันปีใหม่ จำนวน 4 ราย การให้ส่วนลดราคา จำนวน 3 ราย การส่งเสริมการขาย จำนวน 3 ราย มีการให้ของขวัญ จำนวน 3 ราย การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 1 ราย และการขายโดยใช้พนักงานขาย จำนวน 1 ราย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีระดับความสำคัญน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 3 ราย การขายโดยใช้พนักงานขาย จำนวน 1 ราย และมีการให้ของขวัญ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 13 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1.มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	4	-	-	4
2. ทราบรายละเอียดผลไม้มเป็นอย่างดี	4	-	-	4
3. มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ	4	-	-	4
4. มีความสุภาพเรียบร้อย	2	2	-	4
5. มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4	-	-	4
6. มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า	3	1	-	4
7. มีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี	3	1	-	4
8. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	2	2	-	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า จำนวน 4 ราย ทราบรายละเอียดผลไม้มเป็นอย่างดี จำนวน 4 ราย มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าไว้วางใจ จำนวน 4 ราย มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จำนวน 4 ราย มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 3 ราย มีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี จำนวน 3 ราย มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี จำนวน 2 ราย และมีความสุภาพเรียบร้อย จำนวน 2 ราย

ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ มีความสุภาพเรียบร้อย จำนวน 2 ราย มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี จำนวน 2 ราย มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 1 ราย และมีการชี้แจงข้อสงสัยแก่ลูกค้าได้อย่างดี จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 14 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด
ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. มีความรวดเร็วในการคำนวณราคาการซื้อขาย สินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด	4	-	-	4
2. การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า	2	2	-	4
3. มีการให้บริการส่งผลไม้	3	1	-	4
4. มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้า ซื้อ	2	2	-	4
5. มีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	2	2	-	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ให้
สัมภาษณ์ ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีความรวดเร็วในการคำนวณ
ราคาการซื้อขายสินค้า การคิดเงิน การเก็บเงินทั้งหมด จำนวน 4 ราย มีการให้บริการส่งผลไม้
จำนวน 3 ราย การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า จำนวน 2 ราย มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่
ลูกค้าซื้อ จำนวน 2 ราย และ มีการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว จำนวน 2 ราย

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การส่งมอบสินค้าให้
ลูกค้า จำนวน 2 ราย มีความรวดเร็วในการตรวจนับผลไม้ที่ลูกค้าซื้อ จำนวน 2 ราย มีการแก้ไข
ปัญหาให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว จำนวน 2 ราย และมีการให้บริการส่งผลไม้ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 15 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์จำแนกตามระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ			รวม (จำนวน)
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
1. รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น	2	2	-	4
2. ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา	2	2	-	4
3. มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด	2	2	-	4
4. ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ	3	1	-	4
5. ภายในร้านมีการระบายอากาศดี	3	1	-	4
6. สถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ	3	1	-	4

ระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าส่งผลไม้สด ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ จำนวน 3 ราย ภายในร้านมีการระบายอากาศดี จำนวน 3 ราย สถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ จำนวน 3 ราย รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น จำนวน 2 ราย ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา จำนวน 2 ราย และมีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด จำนวน 2 ราย

ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญปานกลาง ได้แก่ รูปแบบการจัดร้านจำหน่ายสวยงามและโดดเด่น จำนวน 2 ราย ภายในร้านถูกตกแต่งสวยงามสะอาดตา จำนวน 2 ราย มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด จำนวน 2 ราย ภายในร้านมีความสว่างเพียงพอ จำนวน 1 ราย ภายในร้านมีการระบายอากาศดี จำนวน 1 ราย และสถานที่จอดรถของตลาดเพียงพอ จำนวน 1 ราย