

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกต่างๆ ในข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำนวน 300 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน จำนวน 100 ตัวอย่าง และกลุ่มลูกค้าที่มาจากต่างจังหวัด จำนวน 200 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มูลค่าของการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ แหล่งข่าวสาร และวิธีการเดินทางไปยังข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ และการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 88 | 29.33 |
| หญิง | 212 | 70.67 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.67 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.33

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 18 ปี | 53 | 17.67 |
| 18 – 24 ปี | 72 | 24.00 |
| 25 – 31 ปี | 50 | 16.67 |
| 32 – 38 ปี | 49 | 16.33 |
| 39 – 45 ปี | 37 | 12.33 |
| 46 – 52 ปี | 20 | 6.67 |
| 53 – 59 ปี | 13 | 4.33 |
| 60 ปีขึ้นไป | 6 | 2.00 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 18 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาได้แก่ มีช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.67 มีช่วงอายุ 25 – 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีช่วงอายุ 32 – 38 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.33 มีช่วงอายุ 39 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.33 มีช่วงอายุ 46 – 52 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.67 ช่วงอายุ 53 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.33 และ มีช่วง 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|---------------|
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า | 92 | 30.67 |
| อนุปริญญา / ปวส. | 40 | 13.33 |
| ปริญญาตรี | 147 | 49.00 |
| ปริญญาโท | 20 | 6.67 |
| ปริญญาเอก | 1 | 0.33 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.67 อนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 13.33 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 6.67 ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|---------------|
| นักเรียน / นักศึกษา | 102 | 34.00 |
| ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน | 76 | 25.33 |
| ข้าราชการ | 31 | 10.33 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 25 | 8.33 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 54 | 18.00 |
| พ่อบ้าน / แม่บ้าน | 6 | 2.00 |
| อื่นๆ | 6 | 2.00 |
| รวม | 300 | 100.00 |

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง (3) ว่างาน (3)

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาได้แก่ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.00 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 10.33 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.33 พ่อบ้าน / แม่บ้าน และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท | 103 | 34.33 |
| 5,001 – 10,000 บาท | 41 | 13.67 |
| 10,001 – 15,000 บาท | 40 | 13.33 |
| 15,001 – 20,000 บาท | 38 | 12.67 |
| 20,001 – 25,000 บาท | 41 | 13.67 |
| 25,001 – 30,000 บาท | 15 | 5.00 |
| 30,001 บาทขึ้นไป | 22 | 7.33 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.33 รองลงมาได้แก่ รายได้ 5,001 – 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.67 เท่ากัน รายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.33 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.67 รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.33 และ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

| ภูมิลำเนา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|---------------|
| ลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน | 100 | 33.33 |
| ลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด | 200 | 66.67 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 66.67 ที่เหลือเป็นลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อยู่อาศัย

| ภูมิลำเนา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน | 100 | 33.33 |
| อาศัยอยู่ต่างจังหวัดที่ใกล้เคียงกับจังหวัดลำพูน ได้แก่ เชียงใหม่ (70) ลำปาง (20) เชียงราย (16) พะเยา (9) น่าน (8) แพร่ (5) แม่ฮ่องสอน (3) อุตรดิตถ์ (3) | 134 | 44.67 |
| จังหวัดอื่นๆ | 66 | 22.00 |
| รวม | 300 | 100.00 |

* หมายเหตุ จังหวัดอื่นๆ คือ ตาก (8) สุพรรณบุรี (3) สุโขทัย (2) ปทุมธานี (1) นนทบุรี (1) พิจิตร (3) อัญญา (4) สิงห์บุรี (1) ชลบุรี (2) ศรีสะเกษ (1) กำแพงเพชร (1) สมุทรปราการ (1) นครนายก (1) ขอนแก่น (1) หนองคาย (1) กาญจนบุรี (1) ระยอง (3) นนทบุรี (3) พิษณุโลก (3) อุบลราชธานี (1) สระบุรี (2) อุตรธานี (1) เพชรบูรณ์ (2) และ กรุงเทพมหานคร (19)

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดที่ใกล้เคียงกับจังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมาได้แก่ อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และจังหวัดอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมายัง ชำมุงทำ
สิงห์ อำเภอเมืองลำพูนครั้งนี้

| การเดินทาง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|---------------|
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว | 23 | 7.67 |
| เดินทางมาโดยรถยนต์ | 199 | 66.33 |
| เดินทางมาโดยรถจักรยานยนต์ | 40 | 13.33 |
| เดินทางมาโดยรถจักรยาน | 10 | 3.33 |
| เดินทางมาโดยรถประจำทาง | 24 | 8.00 |
| เดินเท้า | 4 | 1.33 |
| รวม | 300 | 100.00 |

* หมายถึง ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังชำมุงทำสิงห์
อำเภอเมืองลำพูนครั้งนี้ โดยรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 66.33 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาโดย
รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 13.33 เดินทางมาโดยรถประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 8.00 เดินทางมา
กับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.67 เดินทางมาโดยรถจักรยาน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และเดินเท้า
คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมาซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ข้าวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนนี้ บ่อยมากน้อยเพียงใด

| ความถี่การเดินทางมาซื้อสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|---------------|
| มาครั้งแรก | 76 | 25.33 |
| มาครั้งที่ 2 | 30 | 10.00 |
| มาเที่ยวตอนมีเทศกาลสำคัญ | 39 | 13.00 |
| นานๆ มาครั้งหนึ่ง | 95 | 31.67 |
| ทุก 2 เดือน | 11 | 3.67 |
| มาเดือนละครั้ง | 21 | 7.00 |
| มา 2-3 ครั้งต่อเดือน | 8 | 2.67 |
| มาสัปดาห์ละครั้ง | 15 | 5.00 |
| มา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ | 4 | 1.33 |
| มาทุกวัน | 1 | 0.33 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ข้าวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน นานๆ มาครั้งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมาได้แก่ ครั้งนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 25.33 มาเที่ยวตอนมีเทศกาลสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 13.00 มาครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 10.00 มาเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.00 มาสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.00 ทุก 2 เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.67 มา 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.67 มา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1.33 และมาทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ขั้วมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เฉลี่ยต่อครั้ง

| ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 500 บาท | 141 | 47.00 |
| 501 – 1,000 บาท | 79 | 26.33 |
| 1,001 – 1,500 บาท | 40 | 13.33 |
| 1,501 – 2,000 บาท | 15 | 5.00 |
| 2,001 – 2,500 บาท | 14 | 4.67 |
| มากกว่า 2,500 บาท | 11 | 3.67 |
| รวม | 300 | 100.00 |

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ขั้วมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาได้แก่ มีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.33 มีค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีค่าใช้จ่าย 1,501 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.00 มีค่าใช้จ่าย 2,001 – 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.67 และมากกว่า 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าของ
ฝากของที่ระลึกที่ซื้อ

| ประเภทของสินค้าของฝากของที่ระลึกที่ซื้อ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| อาหาร และเครื่องดื่ม | 203 | 67.67 |
| ชุดแต่งกายจากผ้าฝ้ายและผ้าไหมยกดอก | 155 | 51.67 |
| สินค้าตกแต่งบ้านที่ผลิตมาจากผ้าฝ้าย และอื่นๆ | 117 | 39.00 |
| งานไม้แกะสลัก | 55 | 18.33 |
| เครื่องประดับ | 77 | 25.67 |
| อื่นๆ ได้แก่ ซีดีเพลงพื้นเมือง | 1 | 0.33 |

* หมายถึง ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหาร และเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 67.67 รองลงมาได้แก่ ชุดแต่งกายจากผ้าฝ้ายและผ้าไหมยกดอก คิดเป็นร้อยละ 51.67 สินค้าตกแต่งบ้านที่ผลิตมาจากผ้าฝ้าย และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.00 เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 25.67 งานไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 18.33 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับขั้วมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

| แหล่งที่ทำให้รู้จักหรือทราบข้อมูล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|---------------|
| โทรทัศน์ | 5 | 1.67 |
| เพื่อนแนะนำ | 124 | 41.33 |
| คนในครอบครัวแนะนำ | 93 | 31.00 |
| แผ่นพับ และใบปลิว | 3 | 1.00 |
| วิทยุ | 5 | 1.67 |
| อินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ต่างๆ | 7 | 2.33 |
| หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว | 7 | 2.33 |
| ป้ายโฆษณา | 41 | 13.67 |
| อื่นๆ ได้แก่ คณะนำเที่ยวแนะนำ | 15 | 5.00 |
| รวม | 300 | 100.00 |

* หมายถึง ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับขั้วมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนจาก เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 41.33 รองลงมาได้แก่ คนในครอบครัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 31.00 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 13.67 อื่นๆ ได้แก่ คณะนำเที่ยวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 5.00 อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ และหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 2.33 เท่ากัน วิทยุและโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 1.67 เท่ากัน และ แผ่นพับ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีก
ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม
การตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการจัดหมวดหมู่ สินค้า | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| มีการจัดวางสินค้าอย่าง เป็นหมวดหมู่ ง่าย | 0 (0.00) | 2 (0.67) | 32 (10.67) | 110 (36.67) | 156 (52.00) | 4.40 (มาก) |
| สินค้ามีหลายรูปแบบ และหลายขนาดให้เลือก | 0 (0.00) | 9 (3.00) | 46 (15.33) | 109 (36.33) | 136 (45.33) | 4.24 (มาก) |
| สินค้ามีคุณภาพได้ มาตรฐาน | 0 (0.00) | 0 (0.00) | 21 (7.00) | 130 (43.33) | 149 (49.67) | 4.43 (มาก) |
| สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 27 (9.00) | 129 (43.00) | 140 (46.67) | 4.35 (มาก) |
| สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และน่าสนใจ | 0 (0.00) | 3 (1.00) | 38 (12.67) | 112 (37.33) | 147 (49.00) | 4.34 (มาก) |
| มีสินค้าจำหน่าย ครบชนิดในทีเดียว | 1 (0.33) | 16 (5.33) | 77 (25.67) | 129 (43.00) | 77 (25.67) | 3.88 (มาก) |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม และ พกพาสะดวก | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 41 (13.67) | 145 (48.33) | 110 (36.67) | 4.20 (มาก) |
| มีการปรับเปลี่ยนสินค้านี้ | 2 (0.67) | 24 (8.00) | 74 (24.67) | 124 (41.33) | 76 (25.33) | 3.83 (มาก) |
| สามารถซื้อสินค้า ในปริมาณมาก ตามความต้องการ | 2 (0.67) | 20 (6.67) | 57 (19.00) | 138 (46.00) | 83 (27.67) | 3.93 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนใน ระดับมากทุกปัจจัยย่อย เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความสำคัญระดับมาก คือ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.40) สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.35) สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.34) สินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.24) บรรจุกันท์สวยงาม และพกพาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.20) สามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการปรับเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการจัดหมวดหมู่ สินค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ง่าย | 0 (0.00) | 11 (3.67) | 86 (28.67) | 186 (62.00) | 17 (5.67) | 3.70 (มาก) |
| สินค้ามีหลายรูปแบบ และหลายขนาดให้เลือก | 0 (0.00) | 16 (5.33) | 114 (38.00) | 155 (51.67) | 15 (5.00) | 3.56 (มาก) |
| สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน | 0 (0.00) | 5 (1.67) | 83 (27.67) | 184 (61.33) | 28 (9.33) | 3.78 (มาก) |
| สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 97 (32.33) | 175 (58.33) | 24 (8.00) | 3.73 (มาก) |
| สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และน่าสนใจ | 0 (0.00) | 19 (6.33) | 124 (41.33) | 118 (39.33) | 39 (13.00) | 3.59 (มาก) |
| มีสินค้าจำหน่าย ครบชนิดในที่เดียว | 2 (0.67) | 38 (12.67) | 151 (50.33) | 92 (30.67) | 17 (5.67) | 3.28 (ปานกลาง) |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม และ พกพาสะดวก | 0 (0.00) | 11 (3.67) | 110 (36.67) | 150 (50.00) | 29 (9.67) | 3.66 (มาก) |
| มีการรับเปลี่ยนคืนสินค้า | 2 (0.67) | 36 (12.00) | 137 (45.67) | 108 (36.00) | 17 (5.67) | 3.34 (ปานกลาง) |
| สามารถซื้อสินค้า ในปริมาณมาก ตามความต้องการ | 3 (1.00) | 24 (8.00) | 130 (43.33) | 114 (38.00) | 29 (9.67) | 3.47 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความพึงพอใจระดับมาก คือ สินค้ามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการจัดวาง สินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ หาง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.70) บรรจุภัณฑ์สวยงาม และพกพาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.66) สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และสินค้ามีหลายรูปแบบและ หลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือสามารถซื้อสินค้า ในปริมาณมากตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีการปรับเปลี่ยนคืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.34) และมี สินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการบริการและ บรรยากาศในร้าน | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| พนักงานขายมีความ กระตือรือร้น | 0 (0.00) | 3 (1.00) | 41 (13.67) | 121 (40.33) | 135 (45.00) | 4.29 (มาก) |
| พนักงานให้บริการ ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว | 0 (0.00) | 2 (0.67) | 41 (13.67) | 128 (42.67) | 129 (43.00) | 4.28 (มาก) |
| ภาพลักษณ์ของร้านดี | 0 (0.00) | 1 (0.33) | 21 (7.00) | 131 (43.67) | 147 (49.00) | 4.41 (มาก) |
| มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ สังเกตเห็นได้ง่าย | 0 (0.00) | 3 (1.00) | 44 (14.67) | 127 (42.33) | 126 (42.00) | 4.25 (มาก) |
| มีการตกแต่งในร้าน ที่สวยงาม | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 43 (14.33) | 124 (41.33) | 129 (43.00) | 4.26 (มาก) |
| ร้านค้ามีความสะอาด | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 28 (9.33) | 115 (38.33) | 153 (51.00) | 4.39 (มาก) |
| มีช่องทางเดินกว้างขวาง ไม่แออัด | 1 (0.33) | 3 (1.00) | 27 (9.00) | 115 (38.33) | 154 (51.33) | 4.39 (มาก) |
| ร้านค้ามีแสงสว่าง เพียงพอ | 0 (0.00) | 8 (2.67) | 37 (12.33) | 126 (42.00) | 129 (43.00) | 4.25 (มาก) |
| ร้านค้ามีอากาศถ่ายเท เหมาะสม | 3 (1.00) | 12 (4.00) | 31 (10.33) | 113 (37.67) | 141 (47.00) | 4.26 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความสำคัญระดับมากทุกปัจจัยย่อย คือ ภาพลักษณ์ของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) ร้านค้ามีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด (ค่าเฉลี่ย 4.39) พนักงานขายมีความกระตือรือร้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.28) ร้านค้ามีอากาศถ่ายเทเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการบริการและ บรรยากาศในร้าน | ระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| พนักงานขายมีความ กระตือรือร้น | 2 (0.67) | 12 (4.00) | 77 (25.67) | 184 (61.33) | 25 (8.33) | 3.73 (มาก) |
| พนักงานให้บริการได้ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว | 1 (0.33) | 9 (3.00) | 79 (26.33) | 185 (61.67) | 26 (8.67) | 3.75 (มาก) |
| ภาพลักษณ์ของร้านดี | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 84 (28.00) | 176 (58.67) | 36 (12.00) | 3.81 (มาก) |
| มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ สังเกตเห็นได้ง่าย | 1 (0.33) | 11 (3.67) | 114 (38.00) | 149 (49.67) | 25 (8.33) | 3.62 (มาก) |
| มีการตกแต่งในร้านที่ สวยงาม | 0 (0.00) | 13 (4.33) | 110 (36.67) | 149 (49.67) | 28 (9.33) | 3.64 (มาก) |
| ร้านค้ามีความสะอาด | 0 (0.00) | 8 (2.67) | 88 (29.33) | 165 (55.00) | 39 (13.00) | 3.78 (มาก) |
| มีช่องทางเดินกว้างขวาง ไม่แออัด | 0 (0.00) | 19 (6.33) | 119 (39.67) | 123 (41.00) | 39 (13.00) | 3.61 (มาก) |
| ร้านค้ามีแสงสว่าง เพียงพอ | 0 (0.00) | 14 (4.67) | 112 (37.33) | 144 (48.00) | 30 (10.00) | 3.63 (มาก) |
| ร้านค้ามีอากาศถ่ายเท เหมาะสม | 2 (0.67) | 22 (7.33) | 104 (34.67) | 136 (45.33) | 36 (12.00) | 3.61 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความพึงพอใจระดับมากทุกปัจจัยย่อย คือ ภาพลักษณ์ของ ร้านดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) ร้านค้ามีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.78) พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.75) พนักงานขายมีความกระตือรือร้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการตกแต่งในร้านที่ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่สังเกตเห็น ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด (ค่าเฉลี่ย 3.61) และร้านค้ามีอากาศถ่ายเท เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านราคาของช่วงมุ่งทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

| ด้านราคา | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ราคาสินค้าสมเหตุสมผล เหมาะกับคุณภาพ | 0 (0.00) | 3 (1.00) | 30 (10.00) | 107 (35.67) | 160 (53.33) | 4.41 (มาก) |
| ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น | 0 (0.00) | 7 (2.33) | 59 (19.67) | 107 (35.67) | 127 (42.33) | 4.18 (มาก) |
| ราคาสินค้าอยู่ในระดับ เดียวกับที่ซื้อจากแหล่ง ทั่วไป | 0 (0.00) | 7 (2.33) | 70 (23.33) | 140 (46.67) | 83 (27.67) | 4.00 (มาก) |
| สินค้ามีให้เลือกหลาย ระดับราคา | 0 (0.00) | 12 (4.00) | 56 (18.67) | 151 (50.33) | 81 (27.00) | 4.00 (มาก) |
| สามารถต่อรองราคา สินค้าได้ | 0 (0.00) | 5 (1.67) | 50 (16.67) | 118 (39.33) | 127 (42.33) | 4.22 (มาก) |
| มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน | 1 (0.33) | 12 (4.00) | 36 (12.00) | 124 (41.33) | 127 (42.33) | 4.21 (มาก) |
| มีระบบรับชำระเงินด้วย บัตรเครดิต | 46 (15.33) | 58 (19.33) | 66 (22.00) | 74 (24.67) | 56 (18.67) | 3.12 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของช่วงมุ่งทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ส่วนใหญ่มีความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41) สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) สินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับ ปานกลาง คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านราคาของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

| ด้านราคา | ระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ราคาสินค้าสมเหตุสมผล เหมาะกับคุณภาพ | 1 (0.33) | 10 (3.33) | 91 (30.33) | 174 (58.00) | 24 (8.00) | 3.70 (มาก) |
| ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น | 0 (0.00) | 21 (7.00) | 157 (52.33) | 103 (34.33) | 19 (6.33) | 3.40 (ปานกลาง) |
| ราคาสินค้าอยู่ในระดับ เดียวกับที่ซื้อจากแหล่ง ทั่วไป | 1 (0.33) | 30 (10.00) | 158 (52.67) | 101 (33.67) | 10 (3.33) | 3.30 (ปานกลาง) |
| สินค้ามีให้เลือกหลาย ระดับราคา | 0 (0.00) | 31 (10.33) | 130 (43.33) | 122 (40.67) | 17 (5.67) | 3.42 (ปานกลาง) |
| สามารถต่อรองราคา สินค้าได้ | 1 (0.33) | 15 (5.00) | 117 (39.00) | 143 (47.67) | 24 (8.00) | 3.58 (มาก) |
| มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน | 4 (1.33) | 35 (11.67) | 146 (48.67) | 93 (31.00) | 22 (7.33) | 3.31 (ปานกลาง) |
| มีระบบรับชำระเงินด้วย บัตรเครดิต | 164 (54.67) | 54 (18.00) | 55 (18.33) | 22 (7.33) | 5 (1.67) | 1.83 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.58) พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ สินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.42) ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีป้าย แสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับน้อย คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 1.83)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาด ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริม การตลาด | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ | 10 (3.33) | 24 (8.00) | 43 (14.33) | 121 (40.33) | 102 (34.00) | 3.94 (มาก) |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ | 9 (3.00) | 20 (6.67) | 46 (15.33) | 127 (42.33) | 98 (32.67) | 3.95 (มาก) |
| มีป้ายโฆษณาตามแหล่ง ต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน | 6 (2.00) | 21 (7.00) | 48 (16.00) | 122 (40.67) | 103 (34.33) | 3.98 (มาก) |
| มีการโฆษณาสินค้าผ่าน ทางระบบอินเทอร์เน็ต | 9 (3.00) | 21 (7.00) | 50 (16.67) | 88 (29.33) | 132 (44.00) | 4.04 (มาก) |
| มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ | 5 (1.67) | 17 (5.67) | 45 (15.00) | 129 (43.00) | 104 (34.67) | 4.03 (มาก) |
| มีการลดราคาสินค้า | 3 (1.00) | 14 (4.67) | 46 (15.33) | 145 (48.33) | 92 (30.67) | 4.03 (มาก) |
| มีการแจกของแถม | 9 (3.00) | 33 (11.00) | 72 (24.00) | 128 (42.67) | 58 (19.33) | 3.64 (มาก) |
| มีการชิงรางวัลในช่วง เทศกาลสำคัญต่างๆ | 21 (7.00) | 29 (9.67) | 79 (26.33) | 127 (42.33) | 44 (14.67) | 3.48 (ปานกลาง) |
| พนักงานขายมีอัธยาศัย ไมตรีที่ดี และสุภาพ | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 29 (9.67) | 115 (38.33) | 152 (50.67) | 4.38 (มาก) |
| มีการประชาสัมพันธ์ให้ ข้อมูลข่าวสาร | 2 (0.67) | 15 (5.00) | 55 (18.33) | 148 (49.33) | 80 (26.67) | 3.96 (มาก) |
| การจัดกิจกรรมพิเศษ ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ | 3 (1.00) | 20 (6.67) | 60 (20.00) | 148 (49.33) | 69 (23.00) | 3.87 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาด ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อ พิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ส่วนใหญ่มีความสำคัญระดับมาก คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีสินค้าให้ ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีป้ายโฆษณาตาม แหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) มี การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการแจกของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ มีความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีการชิงรางวัล ในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาด ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้านการส่งเสริม การตลาด | ระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ | 112 (37.33) | 70 (23.33) | 63 (21.00) | 48 (16.00) | 7 (2.33) | 2.23 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ | 95 (31.67) | 86 (28.67) | 72 (24.00) | 41 (13.67) | 6 (2.00) | 2.26 (น้อย) |
| มีป้ายโฆษณาตามแหล่ง ต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน | 78 (26.00) | 97 (32.33) | 73 (24.33) | 40 (13.33) | 12 (4.00) | 2.37 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้าผ่าน ทางระบบอินเทอร์เน็ต | 130 (43.33) | 46 (15.33) | 74 (24.67) | 46 (15.33) | 4 (1.33) | 2.16 (น้อย) |
| มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ | 16 (5.33) | 28 (9.33) | 117 (39.00) | 131 (43.67) | 8 (2.67) | 3.29 (ปานกลาง) |
| มีการลดราคาสินค้า | 11 (3.67) | 37 (12.33) | 145 (48.33) | 97 (32.33) | 10 (3.33) | 3.19 (ปานกลาง) |
| มีการแจกของแถม | 65 (21.67) | 101 (33.67) | 84 (28.00) | 40 (13.33) | 10 (3.33) | 2.43 (น้อย) |
| มีการชิงรางวัลในช่วง เทศกาลสำคัญต่างๆ | 113 (37.67) | 76 (25.33) | 64 (21.33) | 43 (14.33) | 4 (1.33) | 2.16 (น้อย) |
| พนักงานขายมีอัธยาศัย ไมตรีที่ดีและสุภาพ | 7 (2.33) | 13 (4.33) | 45 (15.00) | 151 (50.33) | 84 (28.00) | 3.97 (มาก) |
| มีการประชาสัมพันธ์ให้ ข้อมูลข่าวสาร | 89 (29.67) | 64 (21.33) | 71 (23.67) | 63 (21.00) | 13 (4.33) | 2.49 (น้อย) |
| การจัดกิจกรรมพิเศษ ต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ | 121 (40.33) | 51 (17.00) | 68 (22.67) | 47 (15.67) | 13 (4.33) | 2.27 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาด ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อ พิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า มีความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมีการลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีความพึงพอใจระดับน้อย คือ มีการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 2.49) มีการแจกของแถม (ค่าเฉลี่ย 2.43) มีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่ เห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.37) การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ (ค่าเฉลี่ย 2.27) มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.26) มีการโฆษณาสินค้าผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.23) มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.16) และมีการ ชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของลูกค้านี่มีส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของชาวมุงท่าสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

| ด้านการจัดจำหน่าย | ระดับความสำคัญ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเล เหมาะสม สะดวกต่อการ เดินทางมาใช้บริการ | 0 (0.00) | 1 (0.33) | 22 (7.33) | 77 (25.67) | 200 (66.67) | 4.59 (มากที่สุด) |
| พื้นที่จอดรถสามารถ เข้า-ออกได้อย่างสะดวก | 3 (1.00) | 10 (3.33) | 30 (10.00) | 72 (24.00) | 185 (61.67) | 4.42 (มาก) |
| มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ | 3 (1.00) | 15 (5.00) | 21 (7.00) | 83 (27.67) | 178 (59.33) | 4.39 (มาก) |
| บริเวณพื้นที่จอดรถมี ความปลอดภัย | 0 (0.00) | 10 (3.33) | 29 (9.67) | 81 (27.00) | 180 (60.00) | 4.44 (มาก) |
| เวลาเปิดร้านเหมาะสม | 1 (0.33) | 7 (2.33) | 48 (16.00) | 140 (46.67) | 104 (34.67) | 4.13 (มาก) |
| เวลาปิดร้านเหมาะสม | 1 (0.33) | 4 (1.33) | 46 (15.33) | 144 (48.00) | 105 (35.00) | 4.16 (มาก) |
| เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา | 0 (0.00) | 4 (1.33) | 65 (21.67) | 144 (48.00) | 87 (29.00) | 4.05 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อพิจารณา ปัจจัยย่อย พบว่า มีความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการ เดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือบริเวณพื้นที่จอดรถมี ความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.44) พื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีพื้นที่ จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.39) เวลาปิดร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.16) เวลาเปิดร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

| ด้านการจัดจำหน่าย | ระดับความพึงพอใจ | | | | | ค่าเฉลี่ย (แปดผล) |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | |
| ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเล เหมาะสม สะดวกต่อการ เดินทางมาใช้บริการ | 4 (1.33) | 7 (2.33) | 43 (14.33) | 120 (40.00) | 126 (42.00) | 4.19 (มาก) |
| พื้นที่จอดรถสามารถ เข้า-ออกได้อย่างสะดวก | 6 (2.00) | 21 (7.00) | 68 (22.67) | 149 (49.67) | 56 (18.67) | 3.76 (มาก) |
| มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ | 8 (2.67) | 29 (9.67) | 62 (20.67) | 153 (51.00) | 48 (16.00) | 3.68 (มาก) |
| บริเวณพื้นที่จอดรถมี ความปลอดภัย | 3 (1.00) | 22 (7.33) | 73 (24.33) | 164 (54.67) | 38 (12.67) | 3.71 (มาก) |
| เวลาเปิดร้านเหมาะสม | 4 (1.33) | 13 (4.33) | 110 (36.67) | 151 (50.33) | 22 (7.33) | 3.58 (มาก) |
| เวลาปิดร้านเหมาะสม | 3 (1.00) | 24 (8.00) | 120 (40.00) | 132 (44.00) | 21 (7.00) | 3.48 (ปานกลาง) |
| เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา | 2 (0.67) | 24 (8.00) | 120 (40.00) | 135 (45.00) | 19 (6.33) | 3.48 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่าย ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อพิจารณา บัญชีย่อย พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก คือ ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) พื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.76) บริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และเวลาเปิดร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ เวลาปิดร้านเหมาะสม และเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.48) เท่ากัน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้าวmungทำสังข์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวmungทำสังข์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

| ด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า | ภูมิลำเนา | | | |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | ลูกค้ำจังหวัดลำพูน (N=100) | | ลูกค้ำต่างจังหวัด (N=200) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ หาง่าย | 4.27 (มาก) | 3.75 (มาก) | 4.47 (มาก) | 3.67 (มาก) |
| สินค้ามีหลายรูปแบบและหลายขนาด ให้เลือก | 4.08 (มาก) | 3.54 (มาก) | 4.32 (มาก) | 3.58 (มาก) |
| สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน | 4.31 (มาก) | 3.80 (มาก) | 4.49 (มาก) | 3.78 (มาก) |
| สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ | 4.17 (มาก) | 3.78 (มาก) | 4.44 (มาก) | 3.71 (มาก) |
| สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และ น่าสนใจ | 4.20 (มาก) | 3.66 (มาก) | 4.42 (มาก) | 3.56 (มาก) |
| มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว | 3.75 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) | 3.95 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม และพกพาสะดวก | 4.25 (มาก) | 3.82 (มาก) | 4.18 (มาก) | 3.58 (มาก) |
| มีการปรับเปลี่ยนสินค้า | 3.82 (มาก) | 3.45 (ปานกลาง) | 3.83 (มาก) | 3.29 (ปานกลาง) |
| สามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตาม ความต้องการ | 3.99 (มาก) | 3.65 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.39 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าของข้าวมุงทำสิงห์อำเภอเมืองลำพูนในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบ้างปัจจัยย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้า และเรื่องมีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้าของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบ้างปัจจัยย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ เรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้า และเรื่องมีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในทีเดียว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

| ด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน | ภูมิลำเนา | | | |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | ลูกค้าจังหวัดลำพูน (N=100) | | ลูกค้าต่างจังหวัด (N=200) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| พนักงานขายมีความกระตือรือร้น | 4.21 (มาก) | 3.76 (มาก) | 4.34 (มาก) | 3.71 (มาก) |
| พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว | 4.27 (มาก) | 3.82 (มาก) | 4.29 (มาก) | 3.72 (มาก) |
| ภาพลักษณ์ของร้านค้า | 4.44 (มาก) | 3.93 (มาก) | 4.40 (มาก) | 3.76 (มาก) |
| มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย | 4.28 (มาก) | 3.66 (มาก) | 4.24 (มาก) | 3.60 (มาก) |
| มีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม | 4.24 (มาก) | 3.68 (มาก) | 4.27 (มาก) | 3.62 (มาก) |
| ร้านค้ามีความสะอาด | 4.33 (มาก) | 3.84 (มาก) | 4.42 (มาก) | 3.76 (มาก) |
| มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด | 4.35 (มาก) | 3.63 (มาก) | 4.42 (มาก) | 3.60 (มาก) |
| ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ | 4.18 (มาก) | 3.65 (มาก) | 4.29 (มาก) | 3.63 (มาก) |
| ร้านค้ามีอากาศถ่ายเทเหมาะสม | 4.20 (มาก) | 3.60 (มาก) | 4.29 (มาก) | 3.61 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน มีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด มีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

| ด้านราคา | ภูมิลำเนา | | | |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | ลูกค้าจังหวัดลำพูน (N=100) | | ลูกค้าต่างจังหวัด (N=200) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ | 4.37 (มาก) | 3.66 (มาก) | 4.44 (มาก) | 3.72 (มาก) |
| ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น | 4.16 (มาก) | 3.37 (ปานกลาง) | 4.19 (มาก) | 3.42 (ปานกลาง) |
| ราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป | 3.95 (มาก) | 3.34 (ปานกลาง) | 4.02 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) |
| สินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา | 4.08 (มาก) | 3.54 (มาก) | 3.97 (มาก) | 3.36 (ปานกลาง) |
| สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ | 4.30 (มาก) | 3.69 (มาก) | 4.19 (มาก) | 3.34 (ปานกลาง) |
| มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน | 4.24 (มาก) | 3.50 (มาก) | 4.20 (มาก) | 3.22 (ปานกลาง) |
| มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | 2.89 (ปานกลาง) | 1.99 (น้อย) | 3.24 (ปานกลาง) | 1.76 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคาของข้าวมุงทำสังข์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น เรื่องราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคาของข้าวมุงทำสังข์ อำเภอเมืองลำพูน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ มีความพึงพอใจระดับมาก และเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความพึงพอใจระดับน้อย

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

| ด้านการส่งเสริมการตลาด | ภูมิลำเนา | | | |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | ลูกค้าจังหวัดลำพูน (N=100) | | ลูกค้าต่างจังหวัด (N=200) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ | 3.89 (มาก) | 2.59 (ปานกลาง) | 3.96 (มาก) | 2.05 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ | 3.89 (มาก) | 2.55 (ปานกลาง) | 3.98 (มาก) | 2.11 (น้อย) |
| มีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ ชัดเจน | 3.92 (มาก) | 2.63 (ปานกลาง) | 4.02 (มาก) | 2.24 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต | 3.78 (มาก) | 2.46 (น้อย) | 4.18 (มาก) | 2.01 (น้อย) |
| มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ | 4.00 (มาก) | 3.24 (ปานกลาง) | 4.05 (มาก) | 3.32 (ปานกลาง) |
| มีการลดราคาสินค้า | 4.00 (มาก) | 3.26 (ปานกลาง) | 4.05 (มาก) | 3.16 (ปานกลาง) |
| มีการแจกของแถม | 3.74 (มาก) | 2.64 (ปานกลาง) | 3.60 (มาก) | 2.33 (น้อย) |
| มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญ ต่างๆ | 3.50 (มาก) | 2.34 (น้อย) | 3.47 (ปานกลาง) | 2.08 (น้อย) |
| พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและ สุภาพ | 4.31 (มาก) | 3.93 (มาก) | 4.42 (มาก) | 4.00 (มาก) |
| มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร | 3.86 (มาก) | 2.81 (ปานกลาง) | 4.02 (มาก) | 2.33 (น้อย) |
| การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆเพื่อ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ | 3.75 (มาก) | 2.59 (ปานกลาง) | 3.93 (มาก) | 2.11 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์อำเภอเมืองลำพูนอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน มีความพึงพอใจต่อบีจีย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีอรรถาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนต่อบีจีย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบีจีย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ และเรื่องมีการลดราคาสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตาม ภูมิภาค

| ด้านการจัดจำหน่าย | ภูมิภาค | | | |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| | ลูกค้าจังหวัดลำพูน (N=100) | | ลูกค้าต่างจังหวัด (N=200) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ | 4.54 (มากที่สุด) | 4.10 (มาก) | 4.61 (มากที่สุด) | 4.24 (มาก) |
| พื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก | 4.34 (มาก) | 3.54 (มาก) | 4.46 (มาก) | 3.87 (มาก) |
| มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ | 4.33 (มาก) | 3.50 (มาก) | 4.43 (มาก) | 3.77 (มาก) |
| บริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย | 4.37 (มาก) | 3.52 (มาก) | 4.47 (มาก) | 3.80 (มาก) |
| เวลาเปิดร้านเหมาะสม | 4.14 (มาก) | 3.51 (มาก) | 4.13 (มาก) | 3.62 (มาก) |
| เวลาปิดร้านเหมาะสม | 4.15 (มาก) | 3.53 (มาก) | 4.17 (มาก) | 3.46 (ปานกลาง) |
| เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา | 4.09 (มาก) | 3.50 (มาก) | 4.03 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนมีความพึงพอใจต่อบริการย่อยต่างๆ ซึ่งอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดมีความพึงพอใจต่อบริการย่อยต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา และเรื่องเวลาปิดร้านเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านการจัดหมวดหมู่ สินค้า | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีการจัดวางสินค้า เป็นหมวดหมู่ ง่าย | 4.34 (มาก) | 3.79 (มาก) | 4.40 (มาก) | 3.65 (มาก) | 4.46 (มาก) | 3.65 (มาก) |
| สินค้ามีหลายรูปแบบ หลายขนาดให้เลือก | 4.22 (มาก) | 3.69 (มาก) | 4.21 (มาก) | 3.47 (ปานกลาง) | 4.28 (มาก) | 3.52 (มาก) |
| สินค้ามีคุณภาพได้ มาตรฐาน | 4.37 (มาก) | 3.93 (มาก) | 4.37 (มาก) | 3.72 (มาก) | 4.52 (มาก) | 3.70 (มาก) |
| สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ | 4.25 (มาก) | 3.88 (มาก) | 4.32 (มาก) | 3.68 (มาก) | 4.46 (มาก) | 3.63 (มาก) |
| สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ น่าสนใจ | 4.36 (มาก) | 3.78 (มาก) | 4.27 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 4.38 (มาก) | 3.57 (มาก) |
| มีสินค้าจำหน่ายครบ ชนิดในที่เดียว | 4.02 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) | 3.75 (มาก) | 3.12 (ปานกลาง) | 3.85 (มาก) | 3.22 (ปานกลาง) |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม และพกพาสะดวก | 4.32 (มาก) | 3.84 (มาก) | 4.09 (มาก) | 3.56 (มาก) | 4.18 (มาก) | 3.56 (มาก) |
| มีการรับเปลี่ยนคืน สินค้า | 3.79 (มาก) | 3.46 (ปานกลาง) | 3.81 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) | 3.87 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) |
| สามารถซื้อสินค้าใน ปริมาณมากตาม ความต้องการ | 4.06 (มาก) | 3.76 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.37 (ปานกลาง) | 3.84 (มาก) | 3.29 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อบ้างปัจจัยย่อยต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่อง มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในที่เดียว และเรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001-15,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน เรื่องสินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วันหมดอายุ เรื่องมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่าย และเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงาม และพกพาสะดวก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากตามความต้องการ เรื่องมีการปรับเปลี่ยนสินค้า และเรื่องมีสินค้าจำหน่ายครบชนิดในที่เดียว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้านของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมือง ลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านการบริการและ บรรยากาศในร้าน | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| พนักงานขายมีความ กระตือรือร้น | 4.31 (มาก) | 3.80 (มาก) | 4.09 (มาก) | 3.63 (มาก) | 4.42 (มาก) | 3.73 (มาก) |
| พนักงานให้บริการได้ อย่างถูกต้อง รวดเร็ว | 4.32 (มาก) | 3.86 (มาก) | 4.19 (มาก) | 3.70 (มาก) | 4.31 (มาก) | 3.69 (มาก) |
| ภาพลักษณ์ของร้านดี | 4.45 (มาก) | 4.03 (มาก) | 4.32 (มาก) | 3.75 (มาก) | 4.45 (มาก) | 3.66 (มาก) |
| มีป้ายชื่อร้านขนาด ใหญ่สังเกตเห็นได้ง่าย | 4.30 (มาก) | 3.84 (มาก) | 4.19 (มาก) | 3.51 (มาก) | 4.26 (มาก) | 3.50 (มาก) |
| มีการตกแต่งในร้านที่ สวยงาม | 4.32 (มาก) | 3.83 (มาก) | 4.05 (มาก) | 3.58 (มาก) | 4.35 (มาก) | 3.51 (มาก) |
| ร้านค้ามีความสะอาด | 4.44 (มาก) | 3.89 (มาก) | 4.25 (มาก) | 3.69 (มาก) | 4.45 (มาก) | 3.75 (มาก) |
| มีช่องทางเดิน กว้างขวางไม่แออัด | 4.43 (มาก) | 3.75 (มาก) | 4.27 (มาก) | 3.54 (มาก) | 4.45 (มาก) | 3.53 (มาก) |
| ร้านค้ามีแสงสว่าง เพียงพอ | 4.17 (มาก) | 3.70 (มาก) | 4.23 (มาก) | 3.65 (มาก) | 4.34 (มาก) | 3.56 (มาก) |
| ร้านค้ามีอากาศถ่ายเท เหมาะสม | 4.29 (มาก) | 3.77 (มาก) | 3.99 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 4.41 (มาก) | 3.62 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า รายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องร้านค้ามีอากาศถ่ายเทเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ รายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านราคา | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|--|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ราคาสินค้า สมเหตุสมผลเหมาะ กับคุณภาพ | 4.34 (มาก) | 3.71 (มาก) | 4.37 (มาก) | 3.64 (มาก) | 4.51 (มาก) | 3.33 (ปานกลาง) |
| ราคาสินค้าถูกกว่าที่ อื่น | 4.18 (มาก) | 3.58 (มาก) | 4.20 (มาก) | 3.37 (ปานกลาง) | 4.16 (มาก) | 3.39 (ปานกลาง) |
| ราคาสินค้าอยู่ใน ระดับเดียวกับที่ซื้อ จากแหล่งทั่วไป | 4.00 (มาก) | 3.39 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.35 (ปานกลาง) | 3.99 (มาก) | 3.18 (ปานกลาง) |
| สินค้ามีให้เลือก หลายระดับราคา | 4.09 (มาก) | 3.58 (มาก) | 3.91 (มาก) | 3.33 (ปานกลาง) | 3.99 (มาก) | 3.33 (ปานกลาง) |
| สามารถต่อรอง ราคาสินค้าได้ | 4.32 (มาก) | 3.69 (มาก) | 4.06 (มาก) | 3.53 (มาก) | 4.25 (มาก) | 3.22 (ปานกลาง) |
| มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน | 4.35 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) | 3.88 (มาก) | 3.21 (ปานกลาง) | 4.33 (มาก) | 3.24 (ปานกลาง) |
| มีระบบรับชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต | 2.80 (ปานกลาง) | 2.25 (น้อย) | 3.02 (ปานกลาง) | 1.74 (น้อย) | 3.47 (ปานกลาง) | 1.53 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และเรื่องราคาสินค้าอยู่ในระดับเดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องราคาสินค้าสมเหตุสมผลเหมาะสมกับคุณภาพ และเรื่องสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านราคา ของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านการส่งเสริม การตลาด | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ | 3.96 (มาก) | 2.79 (ปานกลาง) | 3.70 (มาก) | 1.95 (น้อย) | 4.08 (มาก) | 1.92 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ | 3.96 (มาก) | 2.74 (ปานกลาง) | 3.65 (มาก) | 2.01 (น้อย) | 4.15 (มาก) | 2.00 (น้อย) |
| มีป้ายโฆษณาตาม แหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ ชัดเจน | 4.08 (มาก) | 2.87 (ปานกลาง) | 3.63 (มาก) | 2.10 (น้อย) | 4.15 (มาก) | 2.11 (น้อย) |
| มีการโฆษณาสินค้า ผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต | 3.84 (มาก) | 2.61 (ปานกลาง) | 3.95 (มาก) | 2.01 (น้อย) | 4.28 (มาก) | 1.86 (น้อย) |
| มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ | 4.00 (มาก) | 3.31 (ปานกลาง) | 3.81 (มาก) | 3.22 (ปานกลาง) | 4.22 (มาก) | 3.32 (ปานกลาง) |
| มีการลดราคาสินค้า | 4.00 (มาก) | 3.35 (ปานกลาง) | 3.94 (มาก) | 3.09 (ปานกลาง) | 4.12 (มาก) | 3.13 (ปานกลาง) |
| มีการแจกของแถม | 3.78 (มาก) | 2.87 (ปานกลาง) | 3.41 (ปานกลาง) | 2.21 (น้อย) | 3.69 (มาก) | 2.19 (น้อย) |
| มีการชิงรางวัล ในช่วงเทศกาลสำคัญ ต่างๆ | 3.56 (มาก) | 2.62 (ปานกลาง) | 3.38 (ปานกลาง) | 2.06 (น้อย) | 3.47 (ปานกลาง) | 1.83 (น้อย) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านการส่งเสริม การตลาด | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| พนักงานขายมี อธยาศัยไมตรีที่ดีและ สุภาพ | 4.33 (มาก) | 4.09 (มาก) | 4.31 (มาก) | 3.81 (มาก) | 4.48 (มาก) | 3.98 (มาก) |
| มีการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสาร | 3.90 (มาก) | 2.96 (ปานกลาง) | 3.84 (มาก) | 2.23 (น้อย) | 4.10 (มาก) | 2.25 (น้อย) |
| มีการจัดกิจกรรม พิเศษต่างๆ เพื่อ ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ | 3.83 (มาก) | 2.90 (ปานกลาง) | 3.72 (มาก) | 2.04 (น้อย) | 4.01 (มาก) | 1.86 (น้อย) |

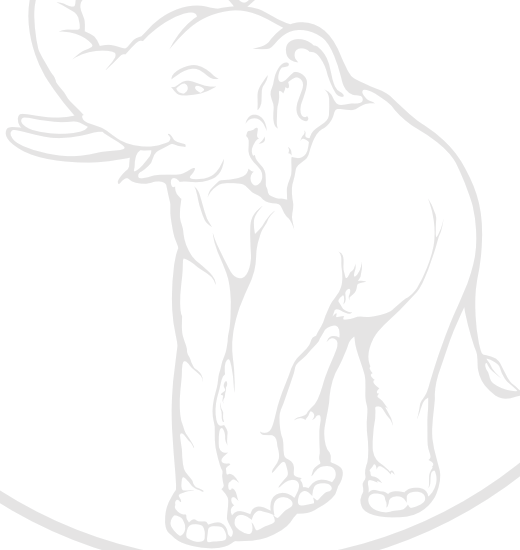
หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีอธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และเรื่องมีการแจกของแถม มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีอธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เรื่องมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ และเรื่องมีการลดราคาสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาดของช่วงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญ มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีและสุภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรื่องมีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบก่อนการซื้อ และเรื่องมีการลดราคาสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง



CHIANG MAI UNIVERSITY 1964

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ด้านการจัดจำหน่าย | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | | | | |
|--|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 บาท (N=103) | | 5,001-15,000 บาท (N=81) | | 15,001 บาทขึ้นไป (N=116) | |
| | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ | ความสำคัญ | ความพึงพอใจ |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเล เหมาะสม สะดวกต่อ การเดินทางมาใช้ บริการ | 4.53 (มาก) | 4.10 (มาก) | 4.48 (มาก) | 4.14 (มาก) | 4.71 (มาก) | 4.31 (มาก) |
| พื้นที่จอดรถสามารถ เข้า-ออกได้อย่าง สะดวก | 4.31 (มาก) | 3.65 (มาก) | 4.33 (มาก) | 3.70 (มาก) | 4.58 (มากที่สุด) | 3.90 (มาก) |
| มีพื้นที่จอดรถ เพียงพอ | 4.30 (มาก) | 3.55 (มาก) | 4.25 (มาก) | 3.60 (มาก) | 4.58 (มากที่สุด) | 3.84 (มาก) |
| บริเวณพื้นที่จอดรถ มีความปลอดภัย | 4.42 (มาก) | 3.66 (มาก) | 4.27 (มาก) | 3.60 (มาก) | 4.57 (มากที่สุด) | 3.82 (มาก) |
| เวลาเปิดร้าน เหมาะสม | 4.15 (มาก) | 3.72 (มาก) | 4.09 (มาก) | 3.49 (ปานกลาง) | 4.15 (มาก) | 3.52 (มาก) |
| เวลาปิดร้าน เหมาะสม | 4.18 (มาก) | 3.72 (มาก) | 4.12 (มาก) | 3.36 (ปานกลาง) | 4.16 (มาก) | 3.35 (ปานกลาง) |
| เปิด-ปิดร้าน ตรงตามเวลา | 4.10 (มาก) | 3.64 (มาก) | 3.93 (มาก) | 3.40 (ปานกลาง) | 4.09 (มาก) | 3.41 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด 1.50-2.49=น้อย 2.50-3.49=ปานกลาง 3.50-4.49=มาก 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย เช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาท ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน อยู่ในระดับมากทุกปัจจัยย่อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 5,001–15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องเวลาเปิดร้านเหมาะสม เรื่องเวลาปิดร้านเหมาะสม และเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกด้านการจัดจำหน่ายของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องพื้นที่จอดรถสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก เรื่องมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ และเรื่องบริเวณพื้นที่จอดรถมีความปลอดภัย มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อย เรื่องเวลาเปิดร้านเหมาะสม และเรื่องเปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้ามง
ทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA
(Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึง
พอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบาย
ความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและ
ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่ คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็น
อย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำใน
คุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน (คะแนน
ความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants D (Possible Over skill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปเกินความ
จำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า (คะแนนความสำคัญต่ำและ
คะแนนความพึงพอใจสูง)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม การตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

| อันดับ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ระดับ ความสำคัญ (X) | ระดับความ พึงพอใจ (Y) | IPA Quadrants | ส่วนต่าง (X-Y) |
|--------|---|--|---------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | | |
| 1 | มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต | การส่งเสริมการตลาด | 4.04 (มาก) | 2.16 (น้อย) | A | 1.88 |
| 2 | มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ | การส่งเสริมการตลาด | 3.94 (มาก) | 2.23 (น้อย) | A | 1.71 |
| 3 | มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ | การส่งเสริมการตลาด | 3.95 (มาก) | 2.26 (น้อย) | A | 1.69 |
| 4 | มีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน | การส่งเสริมการตลาด | 3.98 (มาก) | 2.37 (น้อย) | A | 1.61 |
| 5 | มีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ | การส่งเสริมการตลาด | 3.87 (มาก) | 2.27 (น้อย) | A | 1.60 |
| 6 | มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร | การส่งเสริมการตลาด | 3.96 (มาก) | 2.49 (น้อย) | A | 1.47 |
| 7 | มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ | การส่งเสริมการตลาด | 3.48 (ปานกลาง) | 2.16 (น้อย) | A | 1.32 |
| 8 | มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | ราคา | 3.12 (ปานกลาง) | 1.83 (น้อย) | A | 1.29 |
| 9 | มีการแจกของแถม | การส่งเสริมการตลาด | 3.64 (มาก) | 2.43 (น้อย) | A | 1.21 |
| 10 | มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน | ราคา | 4.21 (มาก) | 3.31 (ปานกลาง) | B | 0.90 |
| 11 | มีการลดราคาสินค้า | การส่งเสริมการตลาด | 4.03 (มาก) | 3.19 (ปานกลาง) | B | 0.84 |
| 12 | มีช่องทางเดินกว้างขวางไม่แออัด | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.39 (มาก) | 3.61 (มาก) | B | 0.78 |

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาดค้าปลีกของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

| อันดับ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ระดับ ความสำคัญ (X) | ระดับความ พึงพอใจ (Y) | IPA Quadrants | ส่วนต่าง (X-Y) |
|--------|--|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | | |
| 13 | ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น | ราคา | 4.18 (มาก) | 3.40 (ปานกลาง) | B | 0.78 |
| 14 | สินค้ามีเอกลักษณ์ แปลกใหม่ และน่าสนใจ | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.34 (มาก) | 3.59 (มาก) | B | 0.75 |
| 15 | มีสินค้าให้ทดลอง ทดสอบ ก่อนการซื้อ | การส่งเสริม การตลาด | 4.03 (มาก) | 3.29 (ปานกลาง) | B | 0.74 |
| 16 | บริเวณพื้นที่จอดรถมีความ ปลอดภัย | การจัด จำหน่าย | 4.44 (มาก) | 3.71 (มาก) | B | 0.73 |
| 17 | ราคาสินค้าสมเหตุสมผล เหมาะกับคุณภาพ | ราคา | 4.41 (มาก) | 3.70 (มาก) | B | 0.71 |
| 18 | มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ | การจัด จำหน่าย | 4.39 (มาก) | 3.68 (มาก) | B | 0.71 |
| 19 | มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็น หมวดหมู่ ง่าย | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.40 (มาก) | 3.70 (มาก) | B | 0.70 |
| 20 | ราคาสินค้าอยู่ในระดับ เดียวกับที่ซื้อจากแหล่งทั่วไป | ราคา | 4.00 (มาก) | 3.30 (ปานกลาง) | B | 0.70 |
| 21 | สินค้ามีหลายรูปแบบและ หลายขนาดให้เลือก | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.24 (มาก) | 3.56 (มาก) | B | 0.68 |
| 22 | เวลาปิดร้านเหมาะสม | การจัด จำหน่าย | 4.16 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) | B | 0.68 |
| 23 | พื้นที่จอดรถสามารถ เข้าออกได้อย่างสะดวก | การจัด จำหน่าย | 4.42 (มาก) | 3.76 (มาก) | B | 0.66 |

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

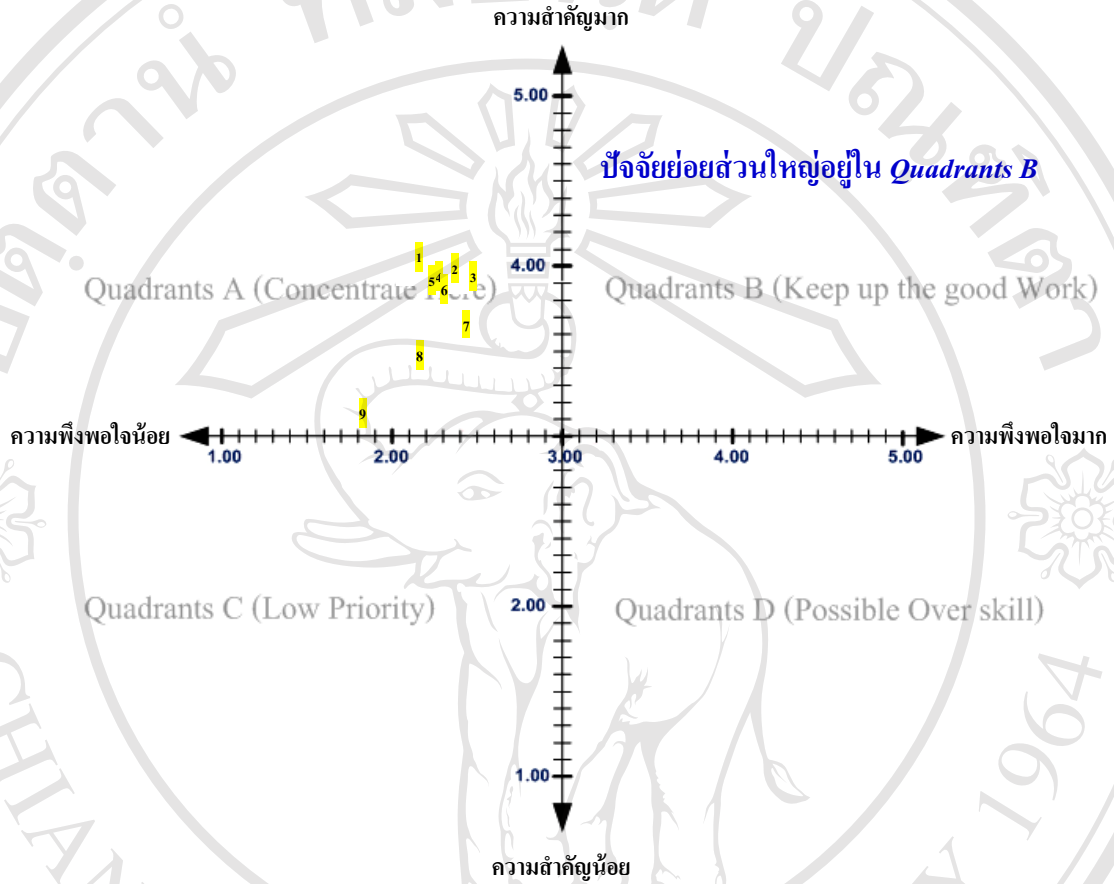
| อันดับ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ระดับ ความสำคัญ (X) | ระดับความ พึงพอใจ (Y) | IPA Quadrants | ส่วนต่าง (X-Y) |
|--------|---|--|---------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | | |
| 24 | สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.43 (มาก) | 3.78 (มาก) | B | 0.65 |
| 25 | ร้านค้ามีอากาศถ่ายเท เหมาะสม | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.26 (มาก) | 3.61 (มาก) | B | 0.65 |
| 26 | สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ | ราคา | 4.22 (มาก) | 3.58 (มาก) | B | 0.64 |
| 27 | มีป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ สังเกตเห็นได้ง่าย | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.25 (มาก) | 3.62 (มาก) | B | 0.63 |
| 28 | ร้านค้ามีแสงสว่างเพียงพอ | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.25 (มาก) | 3.63 (มาก) | B | 0.62 |
| 29 | สินค้ามีความใหม่ ไม่ใกล้วัน หมดอายุ | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.35 (มาก) | 3.73 (มาก) | B | 0.62 |
| 30 | มีการตกแต่งในร้านที่สวยงาม | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.26 (มาก) | 3.64 (มาก) | B | 0.62 |
| 31 | ร้านค้ามีความสะอาด | การบริการ และบรรยากาศ ในร้าน | 4.39 (มาก) | 3.78 (มาก) | B | 0.61 |

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

| อันดับ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ระดับ ความสำคัญ (X) | ระดับความ พึงพอใจ (Y) | IPA Quadrants | ส่วนต่าง (X-Y) |
|--------|---|--|---------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | | |
| 32 | ภาพลักษณ์ของร้านค้า | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.41 (มาก) | 3.81 (มาก) | B | 0.60 |
| 33 | มีสินค้าจำหน่ายครบชนิดใน ที่เดียว | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 3.88 (มาก) | 3.28 (ปานกลาง) | B | 0.60 |
| 34 | สินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ราคา | ราคา | 4.00 (มาก) | 3.42 (ปานกลาง) | B | 0.58 |
| 35 | เปิด-ปิดร้านตรงตามเวลา | การจัด จำหน่าย | 4.05 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) | B | 0.57 |
| 36 | พนักงานขาย มีความกระตือรือร้น | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.29 (มาก) | 3.73 (มาก) | B | 0.56 |
| 37 | เวลาเปิดร้านเหมาะสม | การจัด จำหน่าย | 4.13 (มาก) | 3.58 (มาก) | B | 0.55 |
| 38 | บรรจุภัณฑ์สวยงาม และ พกพาสะดวก | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 4.20 (มาก) | 3.66 (มาก) | B | 0.54 |
| 39 | พนักงานให้บริการได้อย่าง ถูกต้อง รวดเร็ว | การบริการ และ บรรยากาศ ในร้าน | 4.28 (มาก) | 3.75 (มาก) | B | 0.53 |

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสม
การตลาดค้าปลีกของข้ามงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

| อันดับ | ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | ระดับ ความสำคัญ (X) | ระดับความ พึงพอใจ (Y) | IPA Quadrants | ส่วนต่าง (X-Y) |
|--------|---|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| | | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | | |
| 40 | มีการปรับเปลี่ยนสินค้า | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 3.83 (มาก) | 3.34 (ปานกลาง) | B | 0.49 |
| 41 | สามารถซื้อสินค้าในปริมาณ มากตามความต้องการ | การจัด หมวดหมู่ สินค้า | 3.93 (มาก) | 3.47 (ปานกลาง) | B | 0.46 |
| 42 | พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรี ที่ดี และสุภาพ | การส่งเสริม การตลาด | 4.38 (มาก) | 3.97 (มาก) | B | 0.41 |
| 43 | ที่ตั้งร้านอยู่ในทำเลเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทางมาใช้ บริการ | การจัด จำหน่าย | 4.59 (มากที่สุด) | 4.19 (มาก) | B | 0.40 |



- 1= มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 2= มีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 3= มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 4= มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 5= มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 6= การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวมุงทำสิงห์ (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 7= มีการแจกของแถม (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 8= มีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)
- 9= มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ปัจจัยด้านราคา)

ภาพที่ 2 กราฟแสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าปลีกของข้าวมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยทางการตลาดเกือบทั้งหมดอยู่ใน Quadrants B ซึ่งหมายถึง ชั่วมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูน สามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก

อย่างไรก็ตามมีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบของ ชั่วมุงทำสิงห์ อำเภอเมืองลำพูนควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ และควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนตามลำดับ เนื่องจากมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจขึ้น ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ปัจจัยย่อยเรื่องมีป้ายโฆษณาตามแหล่งต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน ปัจจัยย่อยเรื่องมีการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชั่วมุงทำสิงห์ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยย่อยเรื่องมีการชิงรางวัลในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ปัจจัยย่อยเรื่องมีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และปัจจัยย่อยเรื่องมีการแจกของแถม จะเห็นได้ว่าปัจจัยย่อยเหล่านี้มีเพียงปัจจัยย่อยเดียว คือ มีระบบรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่อยู่ในปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ อยู่ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าข้ามวงทำสิงห์ อำเภอเมือง
ลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก | จำนวน ข้อเสนอแนะ | ร้อยละ |
|---|---------------------|--------|
| ปัจจัยด้านการจัดหมวดหมู่สินค้า | | |
| — ควรมีสินค้าหลากหลายชนิด และหลายรูปแบบกว่านี้ | 16 | 5.33 |
| — เพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น | 3 | 1.00 |
| — ขยายพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น | 4 | 1.33 |
| — ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์มากขึ้น | 1 | 0.33 |
| — สินค้าควรมีมาตรฐานที่ดี | 1 | 0.33 |
| — มีร้านอาหารบริเวณข้ามวง | 1 | 0.33 |
| — งานไม้แกะสลักควรมีเอกลักษณ์ และมีความปราณีตกว่านี้ | 1 | 0.33 |
| ปัจจัยด้านการบริการและบรรยากาศในร้าน | | |
| — มีห้องน้ำอยู่ใกล้บริเวณข้ามวง | 9 | 3.00 |
| — ปรับปรุงพื้นทางเดินให้ดีขึ้น | 3 | 1.00 |
| — ควรมีจุดบริการน้ำดื่มบริเวณข้ามวง | 1 | 0.33 |
| — ควรมีดอกไม้ประดับตกแต่งข้ามวงให้สวยงาม | 1 | 0.33 |
| — มีการจัดแสดงเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูนบริเวณข้ามวง | 1 | 0.33 |
| — เปิดเพลงสร้างบรรยากาศภายในข้ามวง | 1 | 0.33 |
| — ควรมีบริการตู้ ATM บริเวณข้ามวง | 1 | 0.33 |

หมายเหตุ ค่าร้อยละที่ได้คิดเทียบจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าจ้างมุ่งทำสิงห์
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก | จำนวน ข้อเสนอแนะ | ร้อยละ |
|--|---------------------|--------|
| ปัจจัยด้านราคา | | |
| — ลดราคาสินค้าให้มากขึ้น | 3 | 1.00 |
| — ราคาสินค้าไม่ควรผูกขาดเกินไป | 1 | 0.33 |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด | | |
| — เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น | 9 | 3.00 |
| — ปรับปรุงป้ายโฆษณาให้โดดเด่นขึ้น | 2 | 0.67 |
| — ควรมีการแจกของแถม | 1 | 0.33 |
| — ปรับปรุงเครื่องเสียงที่ใช้ประชาสัมพันธ์โดยเพิ่มความดัง ของเสียง | 1 | 0.33 |
| — พนักงานขายควรยิ้มแย้มแจ่มใสให้มากขึ้น | 1 | 0.33 |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | | |
| — เพิ่มพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ | 5 | 1.67 |
| — เพิ่มเวลาเปิดจนถึงเวลา 20.00 น. | 1 | 0.33 |

หมายเหตุ ค่าร้อยละที่ได้คิดเทียบจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย