

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก (/) ลงในช่องที่แสดงระดับความพึงพอใจ ที่ท่านมีต่อผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย					
2. รสชาติของผลิตภัณฑ์					
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
4. ความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์					
5. อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์					
6. ความสวยงามของหีบห่อผลิตภัณฑ์					
7. ความแข็งแรงของหีบห่อผลิตภัณฑ์					
8. ขนาดบรรจุของหีบห่อผลิตภัณฑ์					
9. ความสะดวกต่อการใช้ของหีบห่อผลิตภัณฑ์					
10. การเก็บรักษาของหีบห่อผลิตภัณฑ์					
11. ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์					
12. ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์					
13. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์					
14. แสดงเครื่องหมายองค์กรอาหารและยา					
ด้านราคา					
15. ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเบี๊ยะ					
16. ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมกลีบลำดวน					
17. ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมสาเลี๊หิพย์					
18. ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมครองแครง					
19. ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมคอกจอก					
20. ราคาของผลิตภัณฑ์แหม่มซี่โครงหมู					
21. ราคาของผลิตภัณฑ์แหม่มกระเทียมโทน					

ไม่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
22. การต่อรองราคา					
23. มาตรฐานของราคา					
24. การชำระเงินด้วยเงินสด					
ด้านสถานที่					
25. ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง					
26. สถานที่จอดรถ					
27. ความสะอาดของสถานที่					
28. การตกแต่งสถานที่					
29. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ					
30. บรรยากาศในร้าน					
31. ความสะดวกในการหาซื้อ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
32. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
33. การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม					
34. การประชาสัมพันธ์					
35. พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส					
36. ความสุภาพและมารยาทของพนักงานขาย					
37. การแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด					
38. บุคลิกของพนักงานขาย					
39. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการคิดเงินของพนักงานขาย					

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ซื้อที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงหน้าข้อความที่ท่านประสบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

- () 1. ประเภทของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อยเกินไป
- () 2. รสชาติของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่อร่อย
- () 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ
- () 4. ผลิตภัณฑ์ไม่ใหม่และสด
- () 5. อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์สั้น
- () 6. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม
- () 7. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่แข็งแรง
- () 8. ขนาดบรรจุของหีบห่อผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อย เช่น มีเพียง 2 ขนาด
- () 9. จำนวนชิ้นต่อกล่องมากเกินไป
- () 10. จำนวนชิ้นต่อกล่องน้อยเกินไป
- () 11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการใช้
- () 12. การเก็บรักษาของหีบห่อผลิตภัณฑ์ลำบาก
- () 13. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม
- () 14. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน
- () 15. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน
- () 16. เครื่องหมายขององค์กรอาหารและยาของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน
- () 17. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านราคา

- () 18. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่เหมาะสม
- () 19. ไม่สามารถต่อรองราคาผลิตภัณฑ์ได้
- () 20. ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่มาตรฐาน
- () 21. รับชำระเงินด้วยเงินสดเท่านั้น
- () 22. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านสถานที่

- () 23. ทำเลสถานที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง
- () 24. สถานที่ตั้งห่างไกล
- () 25. สถานที่จอดรถแคบ
- () 26. สถานที่ไม่สะอาด
- () 27. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม
- () 28. สถานที่นั่งพักและนั่งรอมีไม่เพียงพอ
- () 29. บรรยากาศในร้านไม่ดี
- () 30. จำนวนร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีน้อย หาดูยาก
- () 31. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

- () 32. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ น้อยเกินไป
- () 33. การส่งเสริมการขายมีน้อย เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม
- () 34. การประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป
- () 35. พนักงานขายมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส
- () 36. พนักงานขายไม่สุภาพ
- () 37. การแต่งกายของพนักงานขายไม่เหมาะสมและไม่สะอาด
- () 38. บุคลิกของพนักงานขายไม่ดี
- () 39. พนักงานขายคิดเงินช้า
- () 40. พนักงานขายคิดเงินไม่ถูกต้อง
- () 41. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน

จากตารางที่ 8 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ซื้อ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท พึงพอใจด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม และด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านการแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด และด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม ด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม ด้านการแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านบุคลิกของพนักงานขาย ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001- 30,000 บาท พึงพอใจด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม และด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านการแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด และด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 พึงพอใจด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเยี่ยมใสม และด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่สุด รองลงมา ด้านบุคลิกของพนักงานขาย ด้านความรวดเร็วและความถูกต้องในการคิดเงินของพนักงานขาย ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)									
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	มากกว่า 30,000			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.48 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.11 (น้อย)			
การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม	2.65 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.11 (น้อย)			
การประชาสัมพันธ์	2.55 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.37 (น้อย)			
พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมแก่มีส	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)			
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานขาย	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)			
การแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)			
บุคลิกของพนักงานขาย	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)			
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการคิดเงินของพนักงานขาย	3.94 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)			

จากตารางที่ 7 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ของผู้ซื้อ ช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด รองลงมา ด้านการตกแต่งสถานที่ ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด รองลงมา ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ด้านการตกแต่งสถานที่ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด รองลงมา ด้านการตกแต่งสถานที่ ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ และตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด รองลงมา ด้านบรรยากาศภายในร้าน ด้านการตกแต่งสถานที่ และด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด รองลงมา ด้านบรรยากาศภายในร้าน ด้านการตกแต่งสถานที่ และด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	มากกว่า 30,000	ค่าเฉลี่ย
ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.74	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.12	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.00	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.33	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.64	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.75	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.63	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.63
สถานที่จอดรถ	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.68	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.85	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.88	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.14	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.64	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.75	ค่าเฉลี่ย (น้อย) 2.32	ค่าเฉลี่ย (น้อย) 2.32
ความสะดวกของสถานที่	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.87	ค่าเฉลี่ย (มาก) 4.06	ค่าเฉลี่ย (มาก) 4.00	ค่าเฉลี่ย (มาก) 4.10	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.64	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.88	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.42	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.42
การตกแต่งสถานที่	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.58	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.68	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.65	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.71	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.18	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.13	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26
สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.55	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.81	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.65	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.71	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.27	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.25	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26
บรรยากาศในร้าน	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.32	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.47	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.62	ค่าเฉลี่ย (มาก) 3.76	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.00	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.00	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.26
ความสะดวกในการหาซื้อ	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.16	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.24	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.35	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 3.33	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.73	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.62	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.79	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง) 2.79

จากตารางที่ 6 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ซื้อ ช่วง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมสาลีทิพย์ ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แหนมซี่โครงหมู ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แหนมซี่โครงหมู ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ด้านมาตรฐานของราคา ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านมาตรฐานของราคา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านมาตรฐานของราคา และด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท พึงพอใจด้านการชำระเงินด้วยเงินสดและด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะสูงที่สุด รองลงมา ด้านมาตรฐานของราคา ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท พึงพอใจด้านราคาของผลิตภัณฑ์แหนมกระเทียมโทนสูงที่สุด รองลงมา ด้านการชำระเงินด้วยเงินสด ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แหนมซี่โครงหมู ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)						
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	มากกว่า 30,000
การต่อรองราคา	ค่าเฉลี่ย 2.71 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 2.76 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 2.65 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 2.71 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 2.27 (น้อย)	ค่าเฉลี่ย 2.38 (น้อย)	ค่าเฉลี่ย 2.53 (ปานกลาง)
มาตรฐานของราคา	3.10 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
การชำระเงินด้วยเงินสด	3.52 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

ตารางที่ ๕ แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)									
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,000-15,000	15,000-20,000	20,000-25,000	25,000-30,000	มากกว่า 30,000			
ด้านราคา										
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมปัง	ค่าเฉลี่ย 3.13 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 3.38 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 3.35 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 3.33 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 3.18 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย 3.50 (มาก)	ค่าเฉลี่ย 3.26 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมปังดำควน	3.33 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมปังสาลีพิเศษ	3.44 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมปังกรอบแครง	3.27 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอก	3.27 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์แทนมชีโรร่งหมู	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)			
ราคาของผลิตภัณฑ์แทนมกระเทียม โทน	3.31 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)			

จากตารางที่ 5 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์ และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สูงที่สุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้อช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท พึงพอใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สูงที่สุด รองลงมา ด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์ ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)						
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	มากกว่า 30,000
ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ขนาดบรรจุภัณฑ์ของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
ความสะดวกต่อการใช้ของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.65 (มาก)	3.86 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
การเก็บรักษาของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	3.84 (มาก)	4.03 (มาก)	3.73 (มาก)	4.10 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)
ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	3.73 (มาก)	4.14 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)
ความครบถ้วนของฉลาก	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)
แสดงเครื่องหมายองค์การอาหารและยา	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.63 (มาก)

ตอนที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำนวนตามส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)						
	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,001-30,000	มากกว่า 30,000
ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	3.23 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
รสชาติของผลิตภัณฑ์	4.42 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.39 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.37 (มาก)
ความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์	4.52 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.38 (มาก)	4.32 (มาก)
อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)
ความสวยงามของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	4.18 (มาก)	3.85 (มาก)	4.19 (มาก)	3.73 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
ความแข็งแรงของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.32 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)

ผู้ซื้ออาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว พึงพอใจ
ด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงสุด รองลงมา ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี
ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพพนักงานบริษัท พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงสุด
รองลงมา ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส ด้านการแต่งกายของพนักงานขาย
เหมาะสมและสะอาด ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพรับจ้างและว่างงาน พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงที่
สุด รองลงมา ด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส ด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตาม
ลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจ การส่วนตัว	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2.29 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด มีของแถม	2.50 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์	2.54 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยม ยิ้มแย้มใส	4.21 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	4.11 (มาก)
ความสุภาพและมารยาทของพนักงาน ขาย	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.94 (มาก)
บุคลิกของพนักงานขาย	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรวดเร็วและความถูกต้องในการ คิดเงินของพนักงานขาย	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ ได้แก่รับจ้างและว่างงาน

จากตารางที่ 4 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พึงพอใจด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมยิ้มแย้มใสสูงสุด รองลงมา ด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขาย ด้านการแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด และด้านบุคลิกของพนักงานขาย ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจ การส่วนตัว	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ทำเลสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	2.71 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถ	2.50 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานที่	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)
การตกแต่งสถานที่	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
บรรยากาศในร้าน	3.29 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ความสะดวกในการหาซื้อ	3.11 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ ได้แก่รับจ้างและว่างงาน

จากตารางที่ 3 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ของผู้ซื้ออาชีพนักเรียน/นักศึกษา พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงสุด รองลงมา ด้านการตกแต่งสถานที่ ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงาน พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงสุด รองลงมา ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ด้านการตกแต่งสถานที่ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงสุด รองลงมา ด้านบรรยากาศในร้าน ด้านการตกแต่งสถานที่ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพรับจ้างและว่างงาน พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงสุด รองลงมา ด้านสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ด้านการตกแต่งสถานที่และด้านบรรยากาศในร้าน ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พึ่งพอใจด้านการชำระด้วยเงินสดสูงที่สุด
รองลงมา ด้านมาตรฐานราคา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แทนมกระเทียมโทน ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพพนักงานบริษัท พึ่งพอใจด้านการชำระด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านมาตรฐานราคา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว พึ่งพอใจด้านการชำระด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ด้านมาตรฐานราคา ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพรับจ้างและว่างงาน พึ่งพอใจด้านการชำระด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์นมกลีบถั่ววน ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ ด้านราคาของผลิตภัณฑ์นมกรองแครง ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอก ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แทนมกระเทียมโทน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้าน ราคาและอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อาชีพ				
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจ การส่วนตัว	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมเปียะ	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมกล้วยดำวน	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมสาเก้ทิพย์	3.37 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมครองแครง	3.21 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
ราคาของผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอก	3.17 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ราคาของผลิตภัณฑ์แหนมซี่โครงหมู	3.38 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ราคาของผลิตภัณฑ์แหนมกระเทียม โตน	3.31 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การต่อรองราคา	2.86 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
มาตรฐานของราคา	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
การชำระเงินด้วยเงินสด	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ ได้แก่รับจ้างและว่างงาน

จากตารางที่ 2 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ซื้ออาชีพนักเรียน/นักศึกษา พึงพอใจด้านการชำระด้วยเงินสดสูงที่สุด รองลงมา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์แหนมซี่โครงหมู ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ขนมสาเก้ทิพย์ ตามลำดับ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจ การส่วนตัว	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	4.10 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)
ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	4.06 (มาก)
ความครบถ้วนของฉลาก	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
แสดงเครื่องหมายองค์การอาหารและ ยา	3.64 (มาก)	3.85 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)

หมายเหตุ อาชีพอื่นๆ ได้แก่รับจ้างและว่างงาน

จากตารางที่ 1 พบว่าความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้ออาชีพนักเรียน/นักศึกษา พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพพนักงานบริษัท พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ซื้ออาชีพรับจ้างและว่างงาน พึงพอใจด้านความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์สูงสุด รองลงมา ด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ ด้านความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ที่มีข้อมูลพื้นฐานต่างกัน ได้แก่ อาชีพและระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 1 อาชีพ

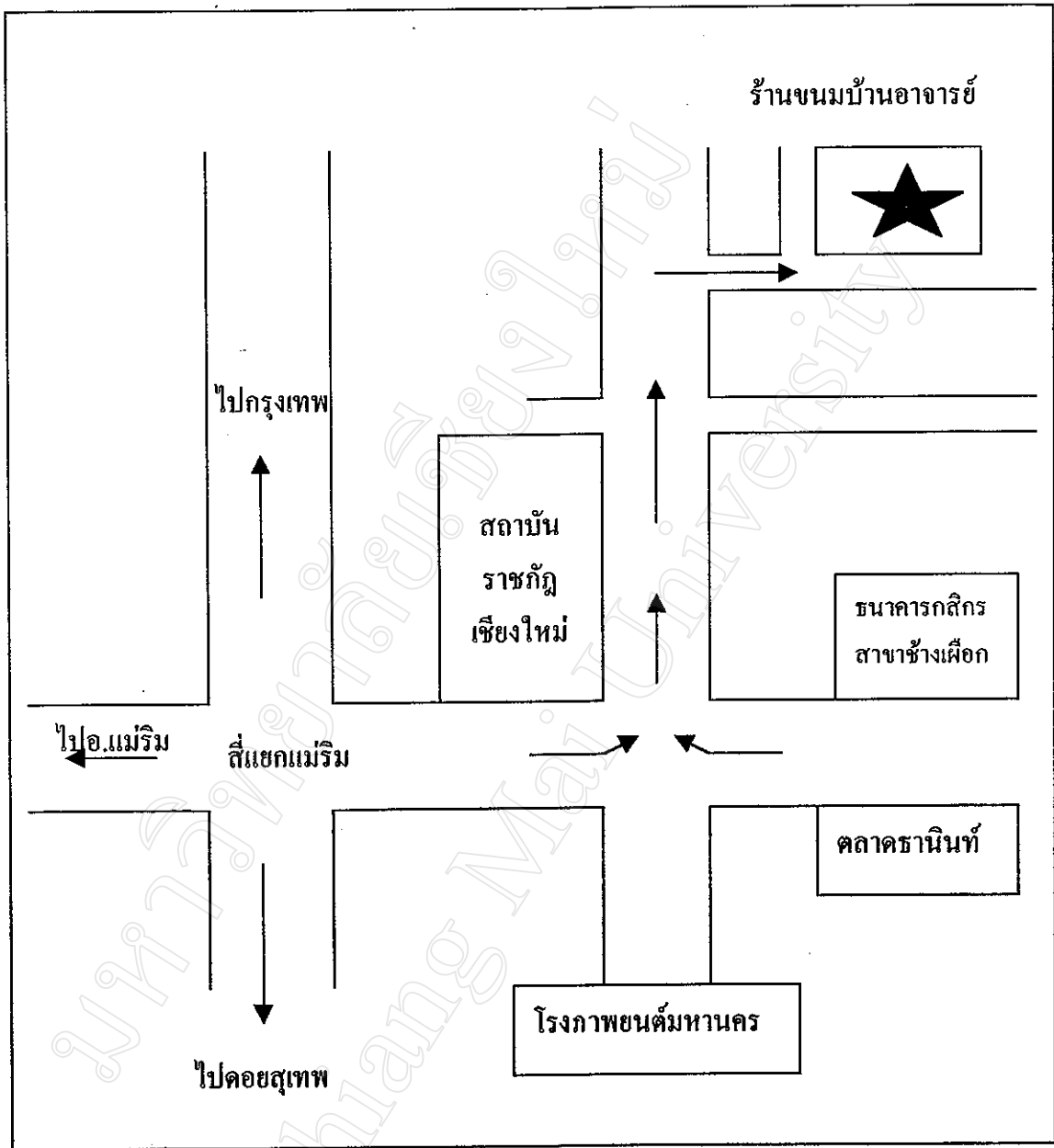
ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	เจ้าของกิจการ ส่วนตัว	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.21 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
รสชาติของผลิตภัณฑ์	4.46 (มาก)	4.31 (มาก)	4.41 (มาก)	4.23 (มาก)	4.39 (มาก)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.43 (มาก)	4.41 (มาก)	4.38 (มาก)	4.46 (มาก)	4.44 (มาก)
ความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์	4.54 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ความสวยงามของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.96 (มาก)	4.26 (มาก)	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)
ความแข็งแรงของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.46 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
ขนาดบรรจุของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกต่อการใช้ของหีบห่อ ผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)
การเก็บรักษาของหีบห่อผลิตภัณฑ์	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)

ภาคผนวก ค

ภาพถ่ายแสดงสถานที่ตั้งร้านขนมบ้านอาจารย์

และผลิตภัณฑ์ของทางร้าน



แผนที่ร้านขนมบ้านอาจารย์

ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2 ซอย 2ก ถนนหมื่นด้านพริ้วคต (ถนนข้างสถาบันราชภัฏเชียงใหม่)



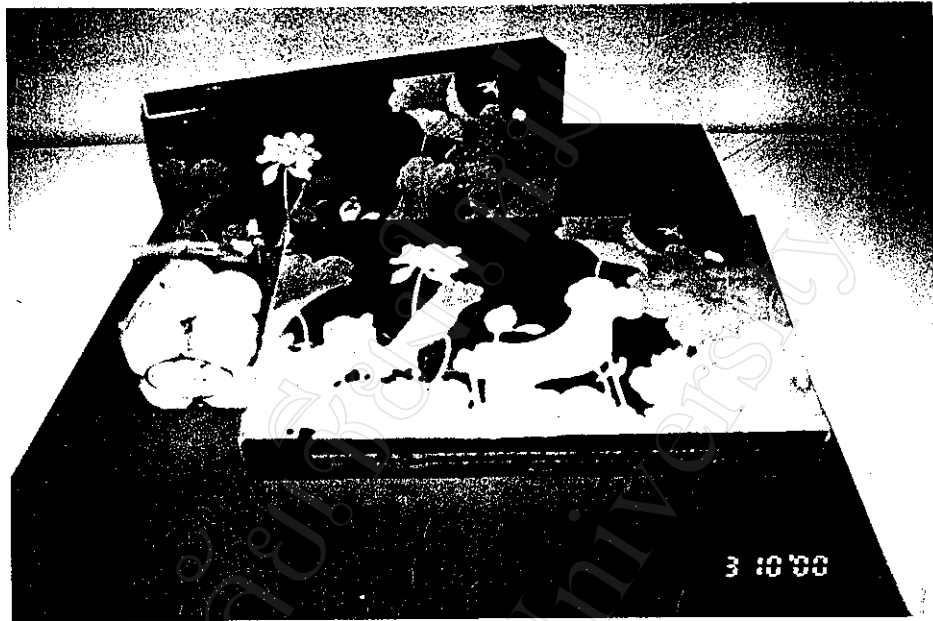
ร้านขนมบ้านอาจารย์

ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2 ซอย 2ก ถนนหมื่นค้ำนพรัตน์ (ถนนข้างสถาบันราชภัฏเชียงใหม่)

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โทรศัพท์ (053) 216700



บริเวณที่จอดรถหน้าร้านขนมบ้านอาจารย์

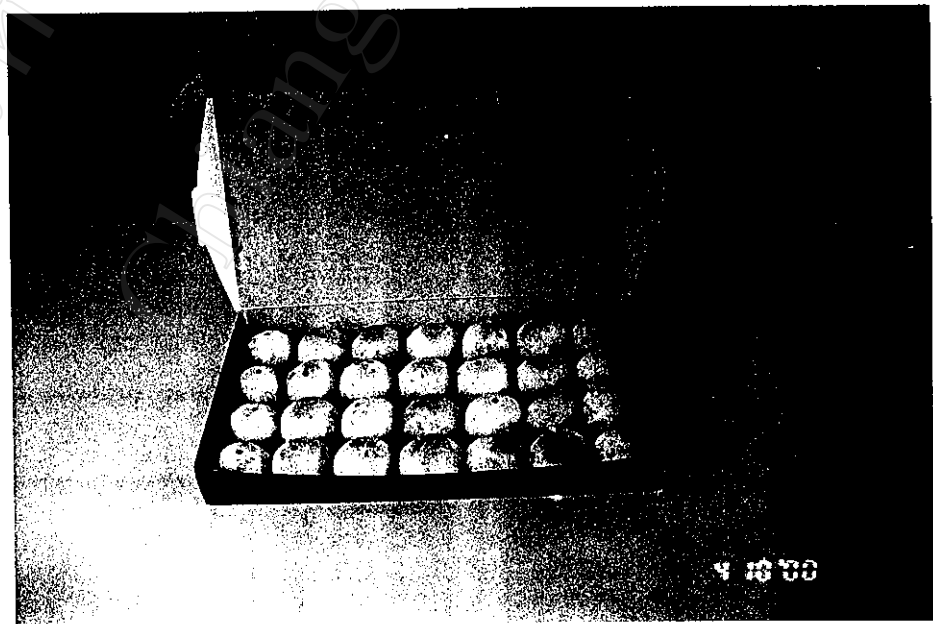


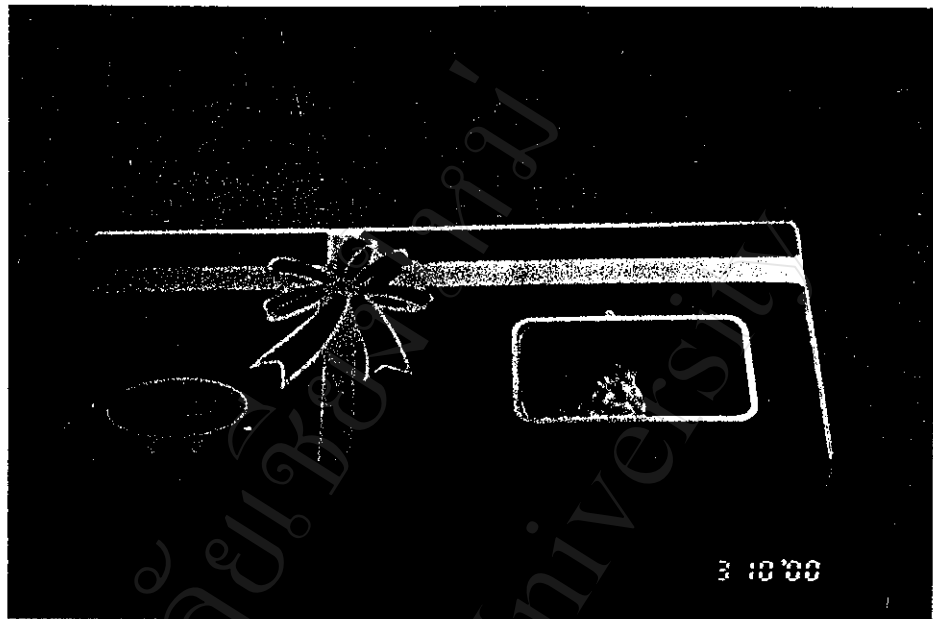
ผลิตภัณฑ์ขนมอบเปียะ

กล่องใหญ่ 40 ชิ้น 140 บาท

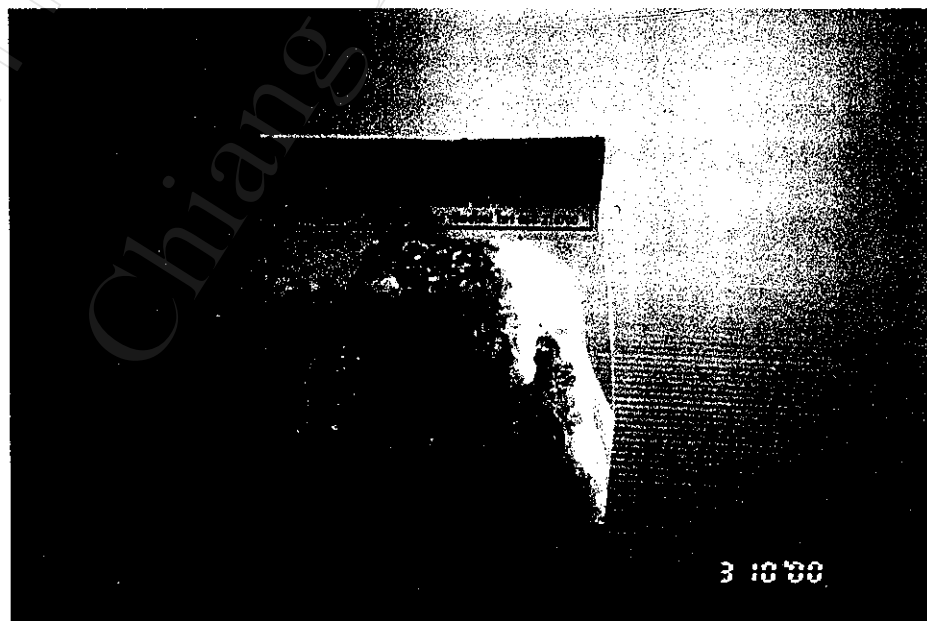
กล่องเล็ก 28 ชิ้น 100 บาท

ถุงละ 10 ชิ้น 35 บาท





ผลิตภัณฑ์ขนมสาลีทิพย์
กล่องละ 10 ชิ้น 40 บาท
ถุงละ 5 ชิ้น 20 บาท





ผลิตภัณฑ์ขมครองแครงพริกไทยดำ

ถุงละ 20 บาท

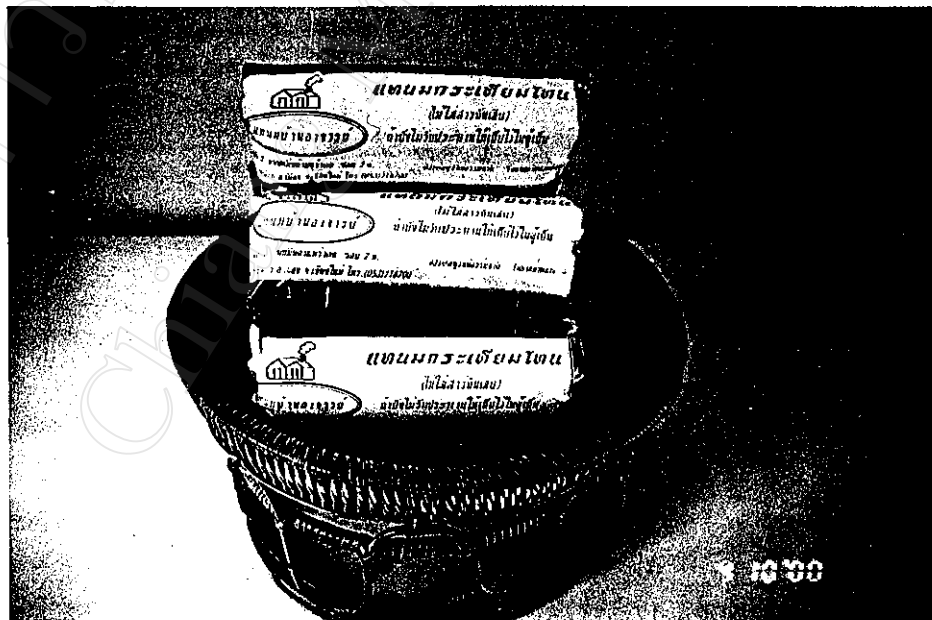


ผลิตภัณฑ์ขมดอกจอก

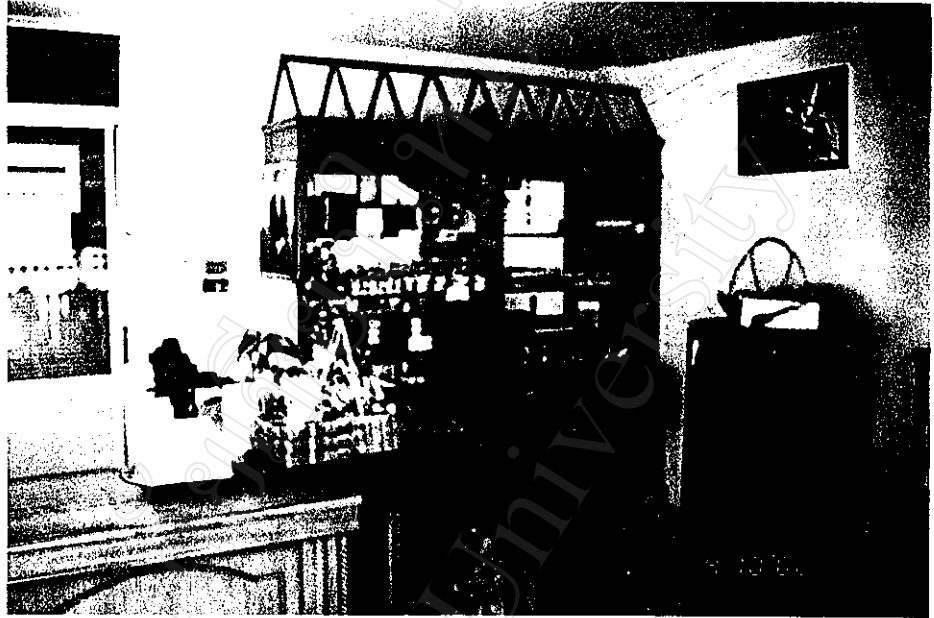
ถุงละ 20 บาท



ผลิตภัณฑ์แฮมมซี่โครงหมู
เนื้อแฮม 5 ซีด ห่อละ 60 บาท



ผลิตภัณฑ์แฮมกระเทียมไทย
เนื้อแฮม 2 ซีด ห่อละ 40 บาท



บรรยากาศภายในร้านขนมบ้านอาจารย์



ที่นั่งพักระหว่างรอรับขนม



พนักงานขายร้านขนมบ้านอาจารย์



บรรยากาศภายในโรงงาน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว สุมาตรา วรรณสูตร	
วัน เดือน ปี เกิด	25 เมษายน 2519	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2533	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเรยีนพรลวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ.2536	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ.2540	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	พ.ศ.2541-ปัจจุบัน	ทำงานส่วนสามัญชนมบ้านอาจารย์ (คณะบุคคล)