

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เก็บรวบรวมข้อมูล และแสดงผลการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 278 ราย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร จำนวน 70 ราย และกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 208 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแปลผล สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นองค์กร

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ลักษณะองค์กร ประเภทของกิจการ ระยะเวลาการก่อตั้งองค์กร รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด สมผลการก่อสร้าง ระยะเวลาการเป็นลูกค้า มูลเหตุจูงใจในการซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อ (ตารางที่ 1 - ตารางที่ 12)
- ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด (ตารางที่ 13 - ตารางที่ 16)
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด (ตารางที่ 17- ตารางที่ 20)
- ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามลักษณะองค์กร ประเภทกิจการ และ ตำแหน่ง (ตารางที่ 21- ตารางที่ 32)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค

- ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว แหล่งที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด สมผลการก่อสร้าง ระยะเวลาการเป็นลูกค้า มูลเหตุจูงใจในการซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อ (ตารางที่ 33 - ตารางที่ 42)

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด (ตารางที่ 43 - ตารางที่ 46)

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด (ตารางที่ 47- ตารางที่ 50)

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ (ตารางที่ 51- ตารางที่ 70)

ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทลูกค้าที่เป็นองค์กร และลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค (ตารางที่ 71-ตารางที่ 74)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นองค์กร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	62	88.6
หญิง	8	11.4
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.6 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	3	4.2
30 - 40 ปี	21	30.0
41 - 50 ปี	37	52.9
มากกว่า 50 ปี	9	12.9
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.9 และ ต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	14	20.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช.	8	11.4
อนุปริญญา / ปวส.	18	25.7
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	20	28.6
สูงกว่าปริญญาตรี	10	14.3
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 25.7 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 20.0 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.3 และมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่งในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	22	31.4
ฝ่ายจัดซื้อ	21	30.0
ผู้จัดการ	20	28.6
อื่นๆ	7	10.0
รวม	70	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพรแมน หัวหน้างาน

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งในองค์กรเป็น เจ้าของหรือผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคือ ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 30.0 ผู้จัดการคิดเป็นร้อยละ 28.6 และอื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามลักษณะขององค์กร

ลักษณะขององค์กร	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	20	28.6
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	23	32.9
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	0	0.0
บริษัทจำกัด	19	27.1
หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	8	11.4
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะองค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือ เจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.6 บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 27.1 หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
รับเหมาก่อสร้าง	50	71.5
โครงการบ้านจัดสรร	7	10.0
หน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	8	11.4
อื่นๆ	5	7.1
รวม	70	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับติดตั้งแอร์

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประเภทของกิจการ เป็นรับเหมาก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 11.4 โครงการบ้านจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับติดตั้งแอร์ คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามระยะเวลาในการก่อตั้งองค์กร

ระยะเวลาในการก่อตั้งองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	13	21.0
5 – 10 ปี	18	29.0
มากกว่า 10 ปี	31	50.0
รวม	62	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 องค์กร ไม่รวมองค์กรที่เป็นหน่วยงานราชการ

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในองค์กรที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ระยะเวลาก่อตั้ง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และระยะเวลาดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 บาท	14	22.6
200,001 – 400,000 บาท	19	30.6
400,000 – 600,000 บาท	8	12.9
มากกว่า 600,000 บาท	21	33.9
รวม	62	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 องค์กร ไม่รวมองค์กรที่เป็นหน่วยงานราชการ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ 200,001 – 400,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.6 น้อยกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ 400,000 – 600,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามแหล่งที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง

แหล่งที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับ ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	0	0.0
วิทยุ	0	0.0
บุคคลในครอบครัวหรือญาติ	8	11.1
เพื่อนหรือคนรู้จัก	22	30.6
รู้จักเอง / ขับรถผ่านร้าน	41	56.9
อื่นๆ	1	1.4

หมายเหตุ: สามารถเลือกได้หลายคำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด สมพลการก่อสร้าง ด้วยการรู้จักเอง/ขับรถผ่านร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมาคือ ทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 30.6 และทราบจากบุคคลในครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 11.1 และอื่นๆ ได้แก่ เป็นคู่ค้า คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามระยะเวลาที่เป็น ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมพลการก่อสร้าง

ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	20	28.6
1 – 3 ปี	18	25.7
3 – 5 ปี	17	24.3
มากกว่า 5 ปี	15	21.4
รวม	70	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้า น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.7 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ มากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามมูลเหตุจูงใจที่ซื้อสินค้าที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

มูลเหตุจูงใจที่ซื้อสินค้าที่สมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าหลากหลายประเภท	34	48.6
มีสินค้าครบตามที่ต้องการ	26	37.1
ตั้งซื้อสะดวก ขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก	25	35.7
ที่จอดรถสะดวก สบาย	15	21.4
อยู่ใกล้บ้าน	10	14.3
รู้จักกับเจ้าของ / คนในร้าน	20	28.6
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	6	8.6
สามารถต่อรองราคาได้	15	21.4
พนักงานบริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง	10	14.3
มีการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันเวลา	14	20.0
ดูตามส่งเสริมการขาย	1	1.4
เป็นทางผ่าน	24	34.3
อื่นๆ	2	2.9

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง เพราะมีสินค้าหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ มีสินค้าครบตามต้องการ คิดเป็นร้อยละ 37.1 ตั้งซื้อสะดวก ขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 35.7 รู้จักกับเจ้าของ / คนในร้าน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ที่จอดรถสะดวก สบาย คิดเป็นร้อยละ 21.4 สามารถต่อรองราคาได้ คิดเป็นร้อยละ 21.4 อยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 14.3 พนักงานบริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.6 อื่นๆ ได้แก่ เป็นคู่ค้า คิดเป็นร้อยละ 2.9 และดูตามส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามประเภทสินค้าที่
ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านสมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
หิน ทราย ดิน ลูกกรัง	54	77.1
ปูนซีเมนต์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต	60	85.7
เหล็กเส้น เหล็กรูป	52	74.3
ผลิตภัณฑ์ไม้ วงกบ บานประตู หน้าต่าง	19	27.1
สี น้ำมันทาบ้าน ส่วนผสม	30	42.9
ท่อพีวีซี อุปกรณ์ประปา	32	45.7
กระเบื้อง สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ห้องน้ำ บานประตูพีวีซี	16	22.9
กระเบื้องมุงหลังคา สังกะสี และอุปกรณ์	24	34.3
แผ่นเรียบ แผ่นยิบซั่ม อุปกรณ์ติดตั้ง	16	22.9
ศาลพระภูมิ เจ้าที่ และอุปกรณ์	3	4.3
อื่นๆ	10	14.3

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย อื่นๆได้แก่ ของเบ็ดเตล็ด ลวดหนาม ไม้ฝาฉลอร่า

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภท ปูนซีเมนต์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ หิน ทราย ดิน ลูกกรัง คิดเป็นร้อยละ 77.1 เหล็กเส้น เหล็กรูป คิดเป็นร้อยละ 74.3 ท่อพีวีซี อุปกรณ์ประปา คิดเป็นร้อยละ 45.7 สี น้ำมันทาบ้าน ส่วนผสม คิดเป็นร้อยละ 42.9 กระเบื้องมุงหลังคา สังกะสี และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 34.3 ผลิตภัณฑ์ไม้ วงกบ บานประตู หน้าต่าง คิดเป็นร้อยละ 27.1 กระเบื้อง สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ห้องน้ำ บานประตูพีวีซี คิดเป็นร้อยละ 22.9 แผ่นเรียบ แผ่นยิบซั่ม อุปกรณ์ติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้าง
หุ้นจำกัดสมพลการก่อสร้าง

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร
ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ		
คุณภาพของสินค้า	35 (50.0)	25 (35.7)	9 (12.9)	1 (1.4)	0 (0.0)	4.34	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	30 (42.9)	31 (44.3)	8 (11.4)	1 (1.4)	0 (0.0)	4.29	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของ สินค้า	18 (25.7)	23 (32.9)	29 (41.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.84	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	18 (25.7)	35 (50.0)	17 (24.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	21 (30.0)	27 (38.6)	21 (30.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	3.97	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	4 (5.7)	25 (35.7)	38 (54.3)	3 (4.3)	0 (0.0)	3.43	ปานกลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	11 (15.7)	36 (51.4)	21 (30.0)	2 (2.9)	0 (0.0)	3.80	มาก
การมีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	3 (4.3)	16 (22.9)	47 (67.1)	4 (5.7)	0 (0.0)	3.26	ปานกลาง
การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	4 (5.7)	22 (31.4)	36 (51.4)	6 (8.6)	2 (2.9)	3.29	ปานกลาง
รวม	144 (22.86)	240 (38.10)	226 (35.86)	18 (2.86)	2 (0.32)	3.80	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.80)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.34) ความหลากหลายของสินค้า (4.29) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.01) ความครบถ้วนของสินค้า (3.97) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.84) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.80) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.43) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.29) การมีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.26) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร
ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ		
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	0 (0.0)	26 (37.1)	43 (61.4)	1 (1.4)	0 (0.0)	3.36	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	1 (1.4)	15 (21.4)	45 (64.3)	9 (12.9)	0 (0.0)	3.11	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	1 (1.4)	27 (38.6)	32 (45.7)	10 (14.3)	0 (0.0)	3.27	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	1 (1.4)	41 (58.6)	25 (35.7)	3 (4.3)	0 (0.0)	3.57	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	5 (7.1)	23 (32.9)	31 (44.3)	11 (15.7)	0 (0.0)	3.31	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	0 (0.0)	9 (12.9)	54 (77.1)	6 (8.6)	1 (1.4)	3.01	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	24 (34.3)	18 (25.7)	14 (20.0)	12 (17.1)	2 (2.9)	3.71	มาก
รวม	32 (6.51)	159 (32.46)	244 (49.79)	52 (10.62)	3 (0.62)	3.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.33)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.71) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.36) การให้ส่วนลดเงินสด (3.31) การต่อรองราคาได้ (3.27) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.11) และ การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร
ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ที่จอดรถ	28 (40.0)	35 (50.0)	5 (7.1)	2 (2.9)	0 (0.0)	4.27	มาก
ที่พักรับรองลูกค้า	16 (22.9)	38 (54.3)	13 (18.6)	3 (4.3)	0 (0.0)	3.96	มาก
พื้นที่ในร้าน	18 (25.7)	37 (52.9)	12 (17.1)	3 (4.3)	0 (0.0)	4.00	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	41 (58.6)	25 (35.7)	3 (4.3)	1 (1.4)	0 (0.0)	4.51	มากที่สุด
บรรยากาศในร้าน	6 (8.6)	36 (51.4)	27 (38.6)	1 (1.4)	0 (0.0)	3.67	มาก
แสงสว่างในร้าน	18 (25.7)	38 (54.3)	12 (17.1)	2 (2.9)	0 (0.0)	4.03	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน	5 (7.1)	43 (61.4)	21 (30.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	3.74	มาก
การตกแต่งภายในร้าน	2 (2.9)	15 (21.4)	49 (70.0)	4 (5.7)	0 (0.0)	3.21	ปานกลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน	2 (2.9)	31 (44.3)	31 (44.3)	6 (8.6)	0 (0.0)	3.41	ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	2 (2.9)	40 (57.1)	27 (38.6)	1 (1.4)	0 (0.0)	3.61	มาก
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	39 (55.7)	25 (35.7)	3 (4.3)	3 (4.3)	0 (0.0)	4.43	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ	4 (5.7)	35 (50.0)	21 (30.0)	10 (14.3)	0 (0.0)	3.47	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า	9 (12.9)	41 (58.6)	18 (25.7)	2 (2.9)	0 (0.0)	3.81	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา	8 (11.1)	37 (52.9)	21 (30.0)	4 (5.7)	0 (0.0)	3.70	มาก

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	42 (60.0)	22 (31.4)	4 (5.7)	2 (2.9)	0 (0.0)	4.49	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้า ที่จัดส่ง	42 (60.0)	19 (27.1)	8 (11.4)	1 (1.4)	0 (0.0)	4.46	มาก
การบริการของพนักงานจัดส่ง สินค้า	5 (7.1)	39 (55.7)	24 (34.3)	2 (2.9)	0 (0.0)	3.67	มาก
รวม	287 (24.12)	556 (46.72)	299 (25.12)	48 (4.04)	0 (0.0)	3.91	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.91)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้าน (4.51) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.49) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.46) ป้ายชื่อร้าน ตั้งเกดได้ง่าย (4.43) ที่จอดรถ (4.27) แสงสว่างในร้าน (4.03) พื้นที่ในร้าน (4.0) ที่พักรับรองลูกค้า (3.96) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.81) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.74) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.70) บรรยากาศในร้าน และการบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.67) การจัดหน้าร้าน (3.61) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.47) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.41) การตกแต่งภายในร้าน (3.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร
ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	0 (0.0)	18 (25.7)	30 (42.9)	21 (30.0)	1 (1.4)	2.93	ปาน กลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	0 (0.0)	23 (32.9)	35 (50.0)	12 (17.1)	0 (0.0)	3.16	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	0.0 (0.0)	28 (40.0)	30 (42.9)	12 (17.1)	0 (0.0)	3.23	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วม ส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	20 (28.6)	32 (45.7)	16 (22.9)	2 (2.9)	0 (0.0)	4.00	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แจก	3 (4.3)	20 (28.6)	28 (40.0)	16 (22.9)	3 (4.3)	3.06	ปาน กลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้ง และการใช้งานจริง	1 (1.4)	16 (22.9)	42 (60.0)	10 (14.3)	1 (1.4)	3.09	ปาน กลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	5 (7.1)	36 (51.4)	21 (30.0)	8 (11.4)	0 (0.0)	3.54	มาก
พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษย สัมพันธ์ดี	17 (24.3)	36 (51.4)	14 (20.0)	2 (2.9)	1 (1.4)	3.94	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการ ของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้าได้	12 (17.1)	29 (41.4)	22 (31.4)	7 (10.0)	0 (0.0)	3.66	มาก
พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับ สินค้าดี	12 (17.1)	30 (42.9)	20 (28.6)	8 (11.4)	0 (0.0)	3.66	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง	11 (15.7)	31 (44.3)	20 (28.6)	8 (11.4)	0 (0.0)	3.64	มาก
การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของ พนักงาน	15 (21.4)	39 (55.7)	11 (15.7)	4 (5.7)	1 (1.4)	3.90	มาก
รวม	96 (0.83)	338 (13.09)	289 (34.42)	110 (40.24)	7 (11.42)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วน
ส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.0) พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.94)
การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.90) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของ
ลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.66) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับ
สินค้าดี (3.66) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่าง
ชัดเจนและถูกต้อง (3.64) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.54) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่
(3.23) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.16) การจัดแสดง
สินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.09) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก
แถม (3.06) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	มาก
ด้านราคา	3.33	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.91) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.80) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.33) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พบในการซื้อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมผลการก่อสร้าง

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีให้เลือกน้อย	3	4.3
สินค้าไม่มีคุณภาพ	1	1.4
สินค้าขาดตลาด	6	8.6
สินค้าชำรุด เสียหาย	1	1.4
การเคลมสินค้าใช้เวลานาน	1	1.4
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	8	11.4
ไม่มีปัญหา	54	77.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องการรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมาคือสินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 8.6 สินค้ามีให้เลือกน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และสินค้าไม่มีคุณภาพ สินค้าชำรุดเสียหาย การเคลมสินค้าใช้เวลานาน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 77.1

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามปัญหาส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่พบในการ ซื้อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดสม
พลการก่อสร้าง

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายไม่คงที่	12	17.1
ไม่คิดป้ายบอกราคาชัดเจน	7	10.0
ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก	12	17.1
ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น	13	18.6
ความล่าช้าในการคิดเงินของพนักงาน	7	10.0
ความผิดพลาดในการรับชำระค่าสินค้าของพนักงาน	4	5.7
อื่นๆ	2	57.1
ไม่มีปัญหา	40	2.9

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย อื่นๆได้แก่ ข้อจำกัดในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ราคา ในเรื่องราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่นเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 18.6 รองลงมาคือราคาขายไม่
คงที่ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก คิดเป็นร้อยละ 17.1 ไม่คิดป้ายบอกราคาชัดเจน ความล่าช้าใน
การคิดเงินของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ความผิดพลาดในการรับชำระเงินค่าสินค้าของ
พนักงาน คิดเป็น 5.7 และอื่นๆประกอบด้วยข้อจำกัดในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อย
ละ 2.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ผลิตภัณฑ์ราคา คิดเป็นร้อยละ 57.1

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามปัญหาส่วน ประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ที่พบในการซื้อสินค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมผลการก่อสร้าง

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	2	2.9
ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด	2	2.9
พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง	1	1.4
ที่พักรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ	1	1.4
แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ	1	1.4
อากาศในร้านถ่ายเทไม่สะดวก	0	0.0
หาสินค้ายาก	2	2.9
ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่	3	4.3
การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนด	4	5.7
ความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า	3	4.3
ไม่มีปัญหา	58	82.9

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายในเรื่อง การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนด เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 5.7 รองลงมาคือ ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ ความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 4.3 ที่จอดรถไม่เพียงพอ ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด หาสินค้ายาก คิดเป็นร้อยละ 2.9 พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง ที่พักรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 82.9

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร จำแนกตามปัญหาส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบในการซื้อสินค้าของห้าง
หุ้นส่วนจำกัด สมพลการก่อสร้าง

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ	18	25.7
แคตตาล็อก แผ่นพับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน	6	8.6
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	7	10.0
พนักงาน ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	0	0.0
พนักงานพูดจาไม่สุภาพ	0	0.0
พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3	4.3
พนักงาน ไม่มีความความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	6	8.6
พนักงาน ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	6	8.6
พนักงานไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง	5	4.8
พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	10	14.3
ไม่มีปัญหา	44	62.9

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาคือพนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 14.3 แคตตาล็อก แผ่นพับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน พนักงานไม่มีความความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า คิดเป็นร้อยละ 8.6 พนักงานไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 62.9

ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เป็นองค์กรที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดสม
ผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

1. ราคา สินค้าแพงกว่าที่อื่น
2. การส่งของควรรีบให้ตรงเวลาตามที่กำหนด และครบจำนวน
3. สินค้าขาดสต็อก ต้องรอนาน ควรมีการสต็อกสินค้าให้เพียงพอ
4. พนักงานคิดเงินผิดบ่อย ควรตรวจเช็คให้ดี
5. ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต
6. ราคาสินค้าควรจะคงที่และเหมือนกันทุกครั้ง
7. ระยะเวลาในการให้สินเชื่อควรจะยาวกว่านี้
8. ควรติดพัดลมเพิ่ม เนื่องจากอากาศร้อนมาก
9. ควรจัดที่พักรถให้ลูกค้าสำหรับรอสินค้ามากกว่านี้
10. ควรจัดสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบ เพื่อไม่ให้ขวางทางเข้าออก
11. การจัดวางสินค้าในร้านควรจัดให้เป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ
12. สินค้าหน้าร้านมากเกินไป ทำให้เกะกะขวางทางเข้าออก
13. บริการน้ำดื่มและห้องน้ำควรติดป้ายให้ชัดเจน
14. พนักงานขายมีน้อย ควรเพิ่มจำนวนพนักงานขาย ให้มากขึ้น
15. พนักงานบางคนยังไม่สามารถอธิบายและตอบปัญหาได้ ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้มากขึ้น

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตาม
ลักษณะองค์กร ประเภทกิจการ และตำแหน่ง

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทาง
การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะองค์กร

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของสินค้า	4.45 (มาก)	4.35 (มาก)	4.16 (มาก)	4.5 (มากที่สุด)	4.34	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.29	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของ สินค้า	4.10 (มาก)	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	4.25 (มาก)	3.84	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	4.25 (มาก)	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.01	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	4.30 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	3.97	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.60 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.43	ปาน กลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.85 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.80	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	3.45 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.26	ปาน กลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29	ปาน กลาง
รวม	3.99 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	4.24 (มาก)	3.80	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็นเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.45) ความครบถ้วนของสินค้า (4.30) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.25) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (4.10) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.85) ความทันสมัยของสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าพร้อมขาย (3.80) ความทันสมัยของสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.35) ความหลากหลายของสินค้า (4.17) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.78) ความครบถ้วนของสินค้า (3.65) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.65) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.39) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.17) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.16) ความหลากหลายของสินค้า (4.00) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.84) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.74) ความครบถ้วนของสินค้า (3.74) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.32) ความทันสมัยของสินค้า (3.11) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (2.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.75)ความครบถ้วนของสินค้า (4.63) คุณภาพของสินค้า (3.50) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.50) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (4.25) ความทันสมัยของสินค้า (3.88) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.75) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามลักษณะองค์กร

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านราคา	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัทจำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาขายเหมาะสม กับคุณภาพสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.36	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคา ชัดเจน	3.30 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	3.30 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.27	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมี หลายราคาให้เลือก	3.70 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.57	มาก
การให้ส่วนลดเงิน สด	3.45 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.31	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้ บัตรเครดิต	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.01	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	3.95 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	3.71	มาก
รวม	3.45 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.33	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็นเจ้าของคนเดียวมีความ
พึงพอใจต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45)
โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.95) สินค้าแต่ละชนิด
มีหลายราคาให้เลือก (3.70) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ราคา
ขายเหมาะสมกับคุณภาพ (3.45) การให้ส่วนลดเป็นเงินสด (3.45) มีการคิดป้ายราคาที่ชัดเจน (3.30)
การต่อรองราคาได้ (3.30) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.16) โดย ปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.43) ราคา
 ขายเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (3.26) การให้สินเชื่อ (3.22) การต่อรองราคาได้ (3.13) การ
 รับชำระด้วยบัตรเครดิต (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นบริษัท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง
 การตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.30) โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
 พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.68) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน
 ระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.47) การให้ส่วนลดเงินสด (3.37)
 ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพ (3.32) การต่อรองราคาได้ (3.21) มีการคิดป้ายราคาที่ชัดเจน (3.05)
 การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.61) โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
 ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้สินเชื่อ (4.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
 ในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.87) การต่อรองราคาได้ (3.63) ราคา
 ขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง
 ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (3.38) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะองค์กร

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ที่จอดรถ	4.50 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27	มาก
ที่พักรับรองลูกค้า	4.10 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96	มาก
พื้นที่ในร้าน	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.50 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.51	มากที่สุด
บรรยากาศในร้าน	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.67	มาก
แสงสว่างในร้าน	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)	3.63 (มาก)	4.03	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของ ร้าน	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.74	มาก
การตกแต่งภายในร้าน	3.25 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21	ปาน กลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้า ในร้าน	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.41	ปาน กลาง
การจัดหน้าร้าน	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.61	มาก
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.70 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)	4.47 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.43	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ	3.80 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.47	ปาน กลาง

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะองค์กร (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ความสะดวกรวดเร็วในการ สั่งซื้อสินค้า	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	3.81	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้าและตรงตาม กำหนดเวลา	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70	มาก
จัดส่งสินค้าให้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	4.45 (มาก)	4.30 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.49	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.46	มาก
การบริการของพนักงาน จัดส่งสินค้า	3.75 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67	มาก
รวม	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น เจ้าของคนเดียว มีความ
พึงพอใจต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.99)
โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.70) ที่
จอดรถ (4.50) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก
ได้แก่ จัดส่งสินค้าให้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.45) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.45) ที่พัก
รับรองลูกค้า (4.10) พื้นที่ในร้าน (4.10) แสงสว่างในร้าน (4.10) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน
(3.90) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.80) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.80)
บรรยากาศในร้าน (3.75) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.75) ความรวดเร็วในการจัดส่ง
สินค้าและตรงตามกำหนดราคา (3.60) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.50) ปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งภายในร้าน (3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.45) ทำเลที่ตั้งของ
 ร้าน (4.30) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.30) ที่จอดรถ (4.04) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย
 (4.04) พื้นที่ในร้าน (3.96) แสงสว่างในร้าน (3.96) ที่พักรับรองลูกค้า (3.91) ความสะดวกรวดเร็ว
 ในการสั่งซื้อสินค้า (3.78) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.74) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า
 และตรงตามกำหนดราคา (3.74) บรรยากาศในร้าน (3.70) การจัดหน้าร้าน (3.57) การจัดหมวดหมู่
 ของสินค้าในร้าน (3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัด
 หมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.43) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.39) มีบริการ น้ำดื่ม และ
 ห้องน้ำไว้บริการ (3.35) การตกแต่งภายในร้าน (3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อ ส่วนประสม
 ทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.68) ทำเล
 ที่ตั้งของร้าน (4.63) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
 พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.47) ที่จอดรถ (4.32) แสงสว่างในร้าน
 (4.21) พื้นที่ในร้าน (4.00) ที่พักรับรองลูกค้า (3.89) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.89)
 การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.84) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.74) ความรวดเร็วใน
 การจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.74) บรรยากาศภายในร้าน (3.68) การจัดหน้าร้าน
 (3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของสินค้า
 ในร้าน (3.32) การตกแต่งภายในร้าน (3.21) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นหน่วยราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสม ทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) โดยปัจจัยย่อย
 ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (5.0)
 ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.88) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.75) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.63)
 ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ที่จอดรถ (4.25) พื้นที่
 ในร้าน (3.88) ที่พักรับรองลูกค้า (3.88) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.88) มีบริการน้ำดื่ม
 และห้องน้ำไว้บริการ (3.63) แสงสว่างในร้าน (3.63) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับ
 ปานกลาง ได้แก่ การจัดหน้าร้าน (3.38) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.38) ความสะอาด
 เรียบร้อย (3.38) บรรยากาศในร้าน (3.38) การตกแต่งภายในร้าน (3.00)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อ ส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะองค์กร

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ ต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.93	ปาน กลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.10 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.16	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้า ใหม่	3.20 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	4.38 (มาก)	4.00	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	3.20 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.06	ปาน กลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็น วิธีการติดตั้งและการใช้งาน จริง	3.15 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.09	ปาน กลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการ	3.55 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54	มาก
พนักงานมีความสุภาพ และ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.10 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้าและ สามารถแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้าได้	3.85 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.66	มาก

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามลักษณะองค์กร (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	รวม	
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	3.80 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.87 (มาก)	3.66	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ใช้ สอยสินค้าได้อย่างชัดเจน และถูกต้อง	3.75 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.87 (มาก)	3.64	มาก
การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าของพนักงาน	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	4.11 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90	มาก
รวม	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะองค์กรเป็น เจ้าของคนเดียว มีความ
พึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
(3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วน
ร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.25) พนักงานมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.10) การ
อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.0) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของ
ลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.85) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี
(3.80) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและ
ถูกต้อง (3.75) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.20)
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.20) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและ
การใช้งานจริง (3.15) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.10)
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดย
 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริม
 และช่วยเหลือสังคม (3.87) พนักงานมีความสุขและมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.83) การอำนวยความสะดวก
 สะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.70) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์
 ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.52) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปาน
 กลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.48) มีจำนวนพนักงาน
 เพียงพอต่อการให้บริการ (3.48) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.48) พนักงานมี
 ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.39) การนำเสนอ
 ผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.35) การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก
 แจก แถม (3.22) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและใช้งานจริง (3.09) การโฆษณาสินค้า
 ผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะองค์กรเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม
 ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.11)
 พนักงานมีความสุขและมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.89) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและ
 ช่วยเหลือสังคม (3.74) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.63) พนักงานมีความเข้าใจถึง
 ความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.63) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ
 เกี่ยวกับสินค้าดี (3.63) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้
 อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่
 การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.11) การประชาสัมพันธ์
 ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.05) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งาน
 จริง (2.84) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.74) การส่งเสริม
 การขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีลักษณะขององค์กรเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อ
 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
 ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม
 (4.38) พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.0) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการ
 ของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.0) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี
 (3.87) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

(3.87) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.75) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.50) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.0)การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.88) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.87) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามลักษณะขององค์กร

ส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะขององค์กร					
	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	บริษัท จำกัด	หน่วยงาน ราชการ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.99 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	4.24 (มาก)	3.80	มาก
ด้านราคา	3.45 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.33	ปาน กลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นเจ้าของคนเดียวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.99) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.81) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นบริษัทจำกัด มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.94) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.61) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.50) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะขององค์กรเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.24) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก (3.61) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของสินค้า	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.34	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.29	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของ สินค้า	3.82 (มาก)	3.40 (มาก)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.01	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.97	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.43	ปาน กลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.76 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	4.50 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	3.80	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.26	ปาน กลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.29	ปาน กลาง
รวม	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	4.23 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80	มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.32) ความหลากหลายของสินค้า (4.26) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.94) ความครบถ้วนของสินค้า (3.90) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.82) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.76) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.40) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.24) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการ โครงการบ้านจัดสรรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.40) ความหลากหลายของสินค้า (4.00) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.00) ความครบถ้วนของสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.40) ความทันสมัยของสินค้า (3.20) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.20) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.20) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.75) ความครบถ้วนของสินค้า (4.63) คุณภาพของสินค้า (4.50) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.50) การมีสินค้าพร้อมขาย (4.50) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (4.25) ความทันสมัยของสินค้า (3.88) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.75) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทอื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ และผู้รับติดตั้งแอร์ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.29) ความหลากหลายของสินค้า (4.14) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.00) ความครบถ้วนของสินค้า (4.00) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.86) การมีสินค้าสินค้าพร้อมขาย (3.71) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.29) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.14)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ประเภทกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.36	ปานกลาง
มีการติดป้ายราคาชัดเจน	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	3.28 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.27	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)	3.57	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.31	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	3.04 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.01	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	3.46 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	3.71	มาก
รวม	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.33	ปานกลาง

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับผิดชอบเครื่องปรับอากาศ

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.46) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.36) การให้ส่วนลดเงินสด (3.30) การต่อรองราคาได้ (3.28) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.08) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทกิจการโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (4.20) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้
 เลือก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับชำระโดยใช้
 บัตรเครดิต (3.20) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.00) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.00)
 การให้ส่วนลดเงินสด (3.00) การต่อรองราคาได้ (2.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง
 การตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึง
 พอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้สินเชื่อ (4.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน
 ระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.87) การต่อรองราคาได้ (3.63) ราคาขาย
 เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง
 ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (3.38) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานอื่นๆ ประกอบด้วยบริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์
 และผู้รับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมี
 ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่
 การให้สินเชื่อ (4.14) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
 พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.43) การให้ส่วนลดเงินสด
 (3.37) การคิดป้ายราคาชัดเจน (3.29) การต่อรองราคาได้ (3.14) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต
 (2.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตาม ประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทของกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ที่จอดรถ	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.27	มาก
ที่พักรับรองลูกค้า	3.98 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96	มาก
พื้นที่ในร้าน	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.46 (มาก)	4.40 (มาก)	4.88 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.51	มากที่สุด
บรรยากาศในร้าน	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)	3.38 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67	มาก
แสงสว่างในร้าน	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	3.63 (มาก)	4.29 (มาก)	4.03	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของ ร้าน	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.74	มาก
การตกแต่งภายในร้าน	3.24 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21	ปาน กลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้า ในร้าน	3.44 (มาก)	3.60 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.41	ปาน กลาง
การจัดหน้าร้าน	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.61	มาก
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.43	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ	3.42 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.47	ปาน กลาง

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับผิดชอบเครื่องปรับอากาศ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะขององค์กร (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทของกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ความสะดวกรวดเร็วในการ สั่งซื้อสินค้า	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้าและตรงตาม กำหนดเวลา	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	4.48 (มาก)	4.20 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.49	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	4.48 (มาก)	4.20 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	4.46	มาก
การบริการของพนักงาน จัดส่งสินค้า	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67	มาก
รวม	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91	มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับผิดชอบเครื่องปรับอากาศ

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.48) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.48) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.46) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.40) ที่จอดรถ (4.26) แสงสว่างในร้าน (4.04) พื้นที่ในร้าน (4.00) ที่พักรับรองลูกค้า (3.98) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.78) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.74) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.68) บรรยากาศในร้าน (3.66) การจัดหน้าร้าน (3.66) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.44) การตกแต่งภายใน (3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.40) แสงสว่างในร้าน (4.20) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.20) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.20) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.20) ที่จอดรถ (4.00) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (4.0) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.0) ความรวดเร็วในการจัดส่ง (4.0) ที่พักรับรองลูกค้า (3.80) พื้นที่ในร้าน (3.80) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.74) การตกแต่งภายในร้าน (3.60) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.60) การจัดหน้าร้าน (3.60) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ (3.60) การบริการของพนักงานที่จัดส่งสินค้า (3.60)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (5.00) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.88) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.75) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถ (4.25) ที่พักรับรองลูกค้า (3.88) พื้นที่ในร้าน (3.88) การบริการของพนักงาน (3.88) ความรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.75) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (3.75) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ (3.63) แสงสว่างในร้าน (3.63)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานอื่น ซึ่งได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์และผู้รับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.95) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่จอดรถ (4.57) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.57) การจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ป้ายชื่อร้าน สกเกตได้ง่าย (4.43) แสงสว่างในร้าน (4.29) ที่พักรับรองลูกค้า (4.00) พื้นที่ในร้าน (4.00) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (4.00) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.00) บรรยากาศในร้าน (3.86) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.86) การบริการของพนักงานที่จัดส่ง (3.86) การจัดหน้าร้าน (3.5) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ (3.57) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.41) การตกแต่งภายในร้าน (3.00)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	2.90 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.93	ปาน กลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคม ปaign และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.14 (ปานกลาง)	4.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.16	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	3.18 (ปานกลาง)	4.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์และมีส่วน ร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	3.02 (ปานกลาง)	3.80 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.06	ปาน กลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็น วิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง	2.98 (ปานกลาง)	3.60 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.00 (มาก)	3.09	ปาน กลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อ การให้บริการ	3.48 (มาก)	4.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54	มาก
พนักงานมีความสุภาพ และมี มนุษยสัมพันธ์ดี	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึงความ ต้องการของลูกค้าและสามารถ แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.62 (มาก)	4.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.29 (มาก)	3.66	มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของกิจการ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	3.62 (มาก)	4.20 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.29 (มาก)	3.66	มาก
พนักงานสามารถสามารถ อธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.62 (มาก)	4.20 (มาก)	3.87 (มาก)	3.14 (มาก)	3.64	มาก
การอำนวยความสะดวกให้กับ ลูกค้าของพนักงาน	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90	มาก
รวม	3.43 (ปานกลาง)	4.35 (มาก)	3.56 (มาก)	2.14 (น้อย)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.90) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.88) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.88) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.62) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.62) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.48) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.18) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.14) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.02) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.98) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.90)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม(4.20) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ(4.20) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี(4.20) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.20) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (4.20) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.20) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย(4.20) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (4.0)พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้(4.0) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม(3.80) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง(3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม(4.38) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี(4.00) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.00) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.87) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง(3.87) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี(3.87) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง(3.87) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน(3.75) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.50) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.13)

การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่(3.00)การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย(2.88) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทหน่วยงานอื่นๆ อันประกอบด้วย บริษัทผลิตอิเล็กทรอนิกส์ ผู้รับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย(2.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.14) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.14) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.00) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.57) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำ

สินค้าใหม่ (3.29)พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.29)พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.29) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง(3.14) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง(3.00) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.00) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามลักษณะประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด	ประเภทของกิจการ					
	รับเหมา ก่อสร้าง	โครงการ บ้านจัดสรร	หน่วยงาน ราชการ	หน่วยงาน อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	4.23 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80	มาก
ด้านราคา	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.33	ปาน กลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.43 (ปานกลาง)	4.35 (มาก)	3.56 (มาก)	2.14 (น้อย)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของกิจการเป็นรับเหมาก่อสร้าง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.76) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะของประเภทกิจการเป็นโครงการบ้านจัดสรร มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.35) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.92) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการเป็นหน่วยงานราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.23) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.90) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะประเภทกิจการอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ร้านรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และบริษัทผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.95) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.77) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (2.14) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่ง

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่ง				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของสินค้า	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.34	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.41 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.43 (มาก)	4.29	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของ สินค้า	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	4.14 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	4.18 (มาก)	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.43	ปาน กลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	3.41 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.15 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.26	ปาน กลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.29	ปาน กลาง
รวม	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80	มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพรแมน หัวหน้างาน

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของ มีความพึงพอใจต่อส่วน ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.41) คุณภาพของสินค้า (4.26) ความครบถ้วนของสินค้า (4.18) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.14) ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า(4.00) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.82) ความทันสมัยของสินค้า (3.55) การมีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมี สินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.41) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน ระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.38) ความหลากหลายของสินค้า (4.19) การมีสินค้า ตัวอย่างให้เลือก (3.86) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.81) ความครบถ้วนของสินค้า (3.71) ความ หลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.62) ความทันสมัยของสินค้า (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.24) การรับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า (3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน ระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.20) ความหลากหลายของสินค้า (4.20) การมีสินค้า ตัวอย่างให้เลือก (4.00) ความครบถ้วนของสินค้า (3.95) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.85) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.80) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.25) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.15) การรับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า (3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุม หัวหน้างาน มีความพึงพอใจต่อส่วน ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.57) การรับคืนหรือเปลี่ยน สินค้า (3.57) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก คือความหลากหลายของสินค้า (4.43) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.14) ความครบถ้วนของสินค้า (4.14) ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า (4.00) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.71) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปาน กลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.29) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.14) การรับ คืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.10)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กร ที่มีต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามตำแหน่ง

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ตำแหน่ง					ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (มาก)	3.71 (ปานกลาง)	3.36	ปานกลาง	
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปาน กลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.11	ปานกลาง	
การต่อรองราคาได้	3.32 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (มาก)	3.71 (ปานกลาง)	3.27	ปานกลาง	
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	3.68 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.57	มาก	
การให้ส่วนลดเงินสด	3.45 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.71 (ปานกลาง)	3.31	ปานกลาง	
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.9 (ปาน กลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.01	ปานกลาง	
การให้สินเชื่อ	3.86 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	3.85 (มาก)	3.14 (มาก)	3.71	มาก	
รวม	3.42 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปาน กลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.33	ปานกลาง	

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพรแมน หัวหน้างาน

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของ มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มี
 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.86) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้
 เลือก (3.68) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเงิน
 สด (3.45) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.41) การต่อรองราคาได้ (3.32) มีการคิดป้ายราคา
 ชัดเจน (3.27) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน
 ราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน
 ระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้สินเชื่อ (4.62) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับ
 ปานกลาง ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.43) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
 (3.29) การให้ส่วนลดเงินสด (3.14) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.14) การต่อรองราคาได้
 (3.10) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด
 ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน
 ระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.85) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.50) ส่วนปัจจัย
 ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
 (3.25) การต่อรองราคาได้ (3.25) การให้ส่วนลดเงินสด (3.20) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.05) การ
 รับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพร้แมน หัวหน้างาน มีความพึง
 พอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.46) โดย
 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก
 (3.86) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.71) การต่อรองราคาได้ (3.71) การให้ส่วนลดเงินสด
 (3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการคิดป้ายราคาชัดเจน
 (3.14) การให้สินเชื่อ (3.14) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.00)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตาม ประเภทของกิจการ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่ง				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ที่จอดรถ	4.45 (มาก)	4.10 (มาก)	4.30 (มาก)	4.14 (มาก)	4.27	มาก
ที่พักรับรองลูกค้า	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	4.29 (มาก)	3.96	มาก
พื้นที่ในร้าน	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.43 (มาก)	4.00	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.45 (มาก)	4.24 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.51	มากที่สุด
บรรยากาศในร้าน	3.77 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	4.14 (มาก)	3.67	มาก
แสงสว่างในร้าน	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	4.29 (มาก)	4.03	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของ ร้าน	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	4.14 (มาก)	3.74	มาก
การตกแต่งภายในร้าน	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.21	ปานกลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้า ในร้าน	3.45 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.41	ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.61	มาก
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.55 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.43	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ	3.73 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.47	ปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะขององค์กร (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่ง					ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
ความสะดวกรวดเร็วในการ สั่งซื้อสินค้า	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	4.43 (มาก)	3.81	มาก	
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้าและตรงตาม กำหนดเวลา	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.70	มาก	
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.49	มาก	
สภาพความสมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.46	มาก	
การบริการของพนักงาน จัดส่งสินค้า	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67	มาก	
รวม	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	4.25 (มาก)	3.91	มาก	

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โพรแมน หัวหน้างาน

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถ (4.45) ท่าเลที่ตั้งของร้าน (4.45) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.36) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.23) ที่พักรับรองลูกค้า (4.05) พื้นที่ในร้าน (4.05) แสงสว่างในร้าน (4.05) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.86) บรรยากาศในร้าน (3.77) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.73) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.68) การจัดหน้าร้าน (3.68) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.38) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.33) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.24) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.14) ที่จอดรถ (4.10) พื้นที่ในร้าน (4.00) แสงสว่างในร้าน (4.00) ที่พักรับรองลูกค้า (3.86) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.71) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.71) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.67) การจัดหน้าร้าน (3.62) บรรยากาศในร้าน (3.57) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.48) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.43) การตกแต่งภายในร้าน (3.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.70) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.65) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.70) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.40) แสงสว่างในร้าน (3.95) ที่พักรับรองลูกค้า (3.85) พื้นที่ในร้าน (3.80) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.80) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.75) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.75) บรรยากาศในร้าน (3.50) การจัดหน้าร้าน (3.40) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.20) การตกแต่งภายในร้าน (3.00) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.20) การตกแต่งภายในร้าน (3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โฟร์แมน หัวหน้างาน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (5.00) ทำเลที่ตั้งของร้าน (5.00) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (5.00) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.86) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พื้นที่ในร้าน (4.43) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.43) ที่พักรับรองลูกค้า (4.29) แสงสว่างในร้าน (4.29) ที่จอดรถ (4.14) บรรยากาศในร้าน (4.14) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (4.14) การจัดหน้าร้าน (4.00) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.86) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.86) หมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.71) การตกแต่งภายในร้าน (3.57) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อ ส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่ง				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.05 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	2.93	ปาน กลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.09 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	3.16	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้า ใหม่	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.23	ปาน กลาง
การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)	3.90 (มาก)	3.57 (มาก)	4.00	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.06	ปาน กลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็น วิธีการติดตั้งและการใช้งาน จริง	3.14 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.86 (มาก)	3.09	ปาน กลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการ	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.40 (มาก)	4.29 (มาก)	3.54	มาก
พนักงานมีความสุภาพ และ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)	4.57 (มาก)	3.94	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้าและ สามารถแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้าได้	3.77 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	3.66	มาก

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โฟร์แมน หัวหน้างาน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่ง				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	3.77 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	4.29 (มาก)	3.66	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.73 (มาก)	3.33 (มาก)	3.65 (มาก)	4.29 (มาก)	3.64	มาก
การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าของพนักงาน	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.90 (มาก)	4.43 (มาก)	3.90	มาก
รวม	3.53 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อ
ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.53) โดย
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริม
และช่วยเหลือสังคม (4.14) พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.00) การอำนวยความสะดวก
ให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.91) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.77) พนักงานมีความรู้ความ
ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.77) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและ
ถูกต้อง (3.73) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
พึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.23)
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.14) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและ
การใช้งานจริง (3.14) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.09)
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.67) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.48) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.38) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.33) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.29)การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.24) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.19) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.14)การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.10)การ โฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.95)การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.90) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.80) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.90) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.70) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ(3.40)การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย(3.05)การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง(3.05) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.00) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.00) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โฟร์แมน หัวหน้างาน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.57) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.43) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (4.29) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.29) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.29)พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและ

ถูกต้อง (4.29) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.43) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.43) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.86) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.86) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.43) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.43) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง

ส่วนประสมทางการตลาด	ตำแหน่ง				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	เจ้าของ	ผู้จัดการ	ฝ่ายจัดซื้อ	อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80	มาก
ด้านราคา	3.42 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.33	ปาน กลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	4.25 (มาก)	3.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.93) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.92) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.53) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.82) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.73) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.39) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งเป็นฝ่ายจัดซื้อ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.84) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.72) ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ผู้ควบคุมงาน โฟร์แมน และหัวหน้างาน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.25) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.88) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.46) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหาร

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหาร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	136	65.4
หญิง	72	34.6
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.4 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.6

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหาร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	5	2.4
30 - 40 ปี	62	29.8
41 - 50 ปี	108	51.9
มากกว่า 50 ปี	33	15.9
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ มากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.9 และต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครายบุคคล จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	17	8.2
สมรส	179	86.0
หม้าย หย่าร้าง	12	5.8
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 8.2 และสถานภาพหม้าย หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครายบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	34	16.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช.	43	20.7
อนุปริญญา / ปวส.	44	21.2
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	77	37.0
สูงกว่าปริญญาตรี	10	4.8
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 21.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. คิดเป็นร้อยละ 20.7 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 16.3 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครายงานตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	55	26.4
พนักงานธุรกิจเอกชน	34	16.3
ธุรกิจส่วนตัว	93	44.7
รับจ้างอิสระ	16	7.7
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	4.8
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 พนักงานธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 16.3 รับจ้างอิสระ คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ พ่อบ้าน / แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครายงานรายได้ของครอบครัว

รายได้ของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	51	24.5
20,001 – 30,000 บาท	84	40.4
30,001 – 40,000 บาท	34	16.3
40,001 – 50,000 บาท	20	9.6
มากกว่า 50,000 บาท	19	9.1
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ของครอบครัว 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือมีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 แลรายได้ 30,001-40,000 คิดเป็นร้อยละ 16.3 รายได้ 40,001 – 50,000 คิดเป็นร้อยละ 9.6 และรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคราย 10 อันดับแรกตามแหล่งที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

แหล่งที่ทำให้รู้จักสมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	1	0.5
วิทยุ	26	12.5
บุคคลในครอบครัวหรือญาติ	56	26.9
เพื่อนหรือคนรู้จัก	52	25.0
รู้จักเอง / ขับรถผ่านร้าน	95	45.7

หมายเหตุ: สามารถเลือกได้หลายคำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง ด้วยการรู้จักเอง ขับรถผ่านร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ ทราบจากบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.9 ทราบจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25.0 ทราบจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และทราบจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคราย 10 อันดับแรกตามระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าสมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	83	39.9
1 – 3 ปี	58	27.9
3 – 5 ปี	37	17.8
มากกว่า 5 ปี	30	14.4
รวม	208	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.9 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 และมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคราย จำแนกตามมูลเหตุจูงใจที่ซื้อสินค้าที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

มูลเหตุจูงใจที่ซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าหลากหลายประเภท	89	42.8
มีสินค้าครบตามที่ต้องการ	64	30.8
ตั้งชื่อสะดวก ขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก	53	25.5
ที่จอดรถสะดวก สบาย	22	10.6
อยู่ใกล้บ้าน	67	32.2
รู้จักกับเจ้าของ / คนในร้าน	70	33.7
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	17	8.2
สามารถต่อรองราคาได้	34	16.3
พนักงานบริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง	31	14.9
มีการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันเวลา	28	13.5
ดูตามส่งเสริมการขาย	4	1.9
เป็นทางผ่าน	62	29.8

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลเหตุจูงใจในการซื้อสินค้าที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง เพราะมีสินค้าหลากหลายประเภท คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ รู้จักกับเจ้าของ / คนในร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.7 อยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.2 มีสินค้าครบตามที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 30.8 เป็นทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ตั้งชื่อสะดวก ขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 25.5 สามารถต่อรองราคาได้ คิดเป็นร้อยละ 16.3 พนักงานบริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 14.9 มีการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันเวลา คิดเป็นร้อยละ 13.5 ที่จอดรถสะดวก สบาย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.2 และดูตามส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค จำแนกตามประเภทสินค้าที่
ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง

ประเภทสินค้าที่ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัดสมผลการก่อสร้าง	จำนวน	ร้อยละ
หิน ทราย ดิน ลูกกรัง	136	65.4
ปูนซีเมนต์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต	180	86.5
เหล็กเส้น เหล็กรูป	116	55.8
ผลิตภัณฑ์ไม้ วงกบ บานประตู หน้าต่าง	57	27.4
สี น้ำมันทาบ้าน ส่วนผสม	56	26.9
ท่อพีวีซี อุปกรณ์ประปา	47	22.6
กระเบื้อง สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ห้องน้ำ บานประตูพีวีซี	23	11.1
กระเบื้องมุงหลังคา ตังกะสี และอุปกรณ์	64	30.8
แผ่นเรียบ แผ่นยิบซั่ม อุปกรณ์ติดตั้ง	34	16.3
ศาลพระภูมิ เจ้าที่ และอุปกรณ์	6	2.9
อื่นๆ	15	7.2

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย อื่นๆได้แก่ ของเบ็ดเตล็ด ลวดหนาม ไม้ฝาฉลอร่า

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภท ปูนซีเมนต์ บล็อก อิฐ เสา ท่อซีเมนต์ คอนกรีต คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ หิน ทราย ดิน ลูกกรัง คิดเป็นร้อยละ 65.4 เหล็กเส้น เหล็กรูป คิดเป็นร้อยละ 55.8 กระเบื้องมุงหลังคา ตังกะสี และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ผลิตภัณฑ์ไม้ วงกบ บานประตู หน้าต่าง คิดเป็นร้อยละ 27.4 สี น้ำมันทาบ้าน ส่วนผสม คิดเป็นร้อยละ 26.9 ท่อพีวีซี อุปกรณ์ประปา คิดเป็นร้อยละ 22.6 แผ่นเรียบ แผ่นยิบซั่ม อุปกรณ์ติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.3 กระเบื้อง สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ห้องน้ำ บานประตูพีวีซี คิดเป็นร้อยละ 11.1 อื่นๆ ได้แก่ ของเบ็ดเตล็ด ลวดหนาม ไม้ฝาฉลอร่า คิดเป็นร้อยละ 7.2 ศาลพระภูมิ เจ้าที่ และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ		
คุณภาพของสินค้า	29 (13.9)	129 (62.0)	42 (20.2)	7 (3.4)	1 (0.5)	3.86	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	32 (15.4)	147 (70.7)	25 (12.0)	4 (1.9)	0 (0.0)	4.00	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของ สินค้า	16 (7.7)	117 (56.3)	68 (32.7)	7 (3.4)	0 (0.0)	3.68	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	22 (10.6)	125 (60.1)	52 (25.0)	9 (4.3)	0 (0.0)	3.77	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	17 (8.2)	117 (56.3)	62 (29.8)	12 (5.8)	0 (0.0)	3.67	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	9 (4.3)	61 (29.3)	120 (57.7)	18 (8.7)	0 (0.0)	3.29	ปานกลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	11 (5.3)	109 (52.4)	81 (38.9)	7 (3.4)	0 (0.0)	3.60	มาก
การมีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	6 (2.9)	35 (16.8)	142 (68.3)	25 (12.0)	0 (0.0)	3.11	ปานกลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	4 (1.9)	105 (50.5)	82 (39.4)	12 (5.8)	5 (2.4)	3.44	ปานกลาง
รวม	146 (7.8)	945 (50.48)	674 (36.0)	101 (5.40)	6 (0.32)	3.60	มาก

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.00) คุณภาพของสินค้า (3.86) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.77) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.68) ความครบถ้วนของสินค้า (3.67) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.44) ความทันสมัยของสินค้า (3.29) และการมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.11) เรียงตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พึงพอใจ		
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	2 (1.0)	71 (34.1)	117 (56.3)	16 (7.7)	2 (1.0)	3.26	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	5 (2.4)	58 (27.9)	118 (56.7)	27 (13.0)	0 (0.0)	3.20	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	8 (3.8)	84 (40.4)	75 (36.1)	36 (17.3)	5 (2.4)	3.26	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	10 (4.8)	116 (55.8)	70 (33.7)	12 (5.8)	0 (0.0)	3.60	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	6 (2.9)	71 (34.1)	88 (42.3)	40 (19.2)	3 (1.4)	3.18	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	45 (21.6)	148 (71.2)	7 (3.4)	8 (3.8)	0 (0.0)	3.11	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	30 (14.4)	61 (29.3)	102 (49.0)	8 (3.8)	7 (3.4)	3.48	ปานกลาง
รวม	61 (4.19)	506 (34.74)	718 (49.33)	146 (10.03)	25 (1.71)	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.30)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.48) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และการต่อรองราคาได้ (3.26) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.20) การให้ส่วนลดเงินสด (3.18) และการรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
ที่จอดรถ	15 (7.2)	88 (42.3)	69 (33.2)	36 (17.3)	0 (0.0)	3.39	ปานกลาง
ที่พักรับรองลูกค้า	8 (3.8)	79 (38.0)	113 (54.3)	6 (2.9)	2 (1.0)	3.41	ปานกลาง
พื้นที่ในร้าน	11 (5.3)	116 (55.8)	70 (33.7)	11 (5.3)	0 (0.0)	3.61	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	73 (35.1)	126 (60.6)	9 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31	มาก
บรรยากาศในร้าน	8 (3.8)	75 (36.1)	113 (54.3)	12 (5.8)	0 (0.0)	3.38	ปานกลาง
แสงสว่างในร้าน	18 (3.8)	112 (53.8)	83 (39.9)	5 (2.4)	0 (0.0)	3.59	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของ ร้าน	9 (4.3)	59 (28.4)	111 (53.4)	27 (13.0)	2 (1.0)	3.22	ปานกลาง
การตกแต่งภายในร้าน	7 (3.4)	28 (13.5)	137 (65.9)	36 (17.3)	0 (0.0)	3.03	ปานกลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้าใน ร้าน	11 (5.3)	67 (32.2)	111 (53.4)	19 (9.1)	0 (0.0)	3.34	ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	11 (5.3)	69 (33.2)	123 (59.1)	5 (2.4)	0 (0.0)	3.41	ปานกลาง
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	74 (35.6)	103 (49.5)	30 (14.4)	1 (0.5)	0 (0.0)	4.20	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำ ไว้บริการ	10 (4.8)	100 (48.10)	63 (30.3)	30 (14.4)	5 (2.4)	3.38	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วในการ สั่งซื้อสินค้า	31 (14.9)	115 (55.3)	59 (28.4)	3 (1.4)	0 (0.0)	3.84	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้าและตรงตาม กำหนดเวลา	31 (14.9)	98 (47.1)	70 (33.7)	7 (3.4)	2 (1.0)	3.72	มาก

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	58 (27.9)	132 (63.5)	10 (4.8)	7 (3.4)	1 (0.5)	4.15	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	29 (13.9)	126 (60.6)	51 (24.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	3.87	มาก
การบริการของพนักงาน จัดส่งสินค้า	12 (5.8)	77 (37.0)	103 (49.5)	15 (7.2)	1 (0.5)	3.40	ปานกลาง
รวม	640 (11.47)	1570 (44.41)	1325 (37.47)	222 (6.28)	13 (0.37)	3.60	มาก

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.31) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.20) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.15) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.87) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.84) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนดเวลา (3.72) พื้นที่ในร้าน (3.61) แสงสว่างในร้าน (3.59) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ที่พักรับรองลูกค้า การจัดหน้าร้าน (3.41) การบริการของพนักงานจัดส่ง (3.40) ที่จอดรถ (3.39) บรรยากาศในร้าน (3.38) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.34) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.22) และการแต่งกายในร้าน (3.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	2 (1.0)	58 (27.9)	105 (50.5)	38 (18.3)	5 (2.4)	3.07	ปานกลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	2 (1.0)	50 (24.0)	115 (55.3)	35 (16.8)	6 (2.9)	3.03	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	2 (1.0)	42 (20.2)	125 (60.1)	32 (15.4)	7 (3.4)	3.00	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	27 (13.0)	100 (48.1)	67 (32.2)	14 (6.7)	0 (0.0)	3.67	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	0 (0.0)	42 (20.2)	102 (49.0)	35 (16.8)	29 (13.9)	2.75	ปานกลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้ง และการใช้งานจริง	6 (2.9)	16 (7.7)	124 (59.6)	50 (24.0)	12 (5.8)	2.78	ปานกลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	1 (0.5)	123 (59.1)	65 (31.3)	17 (8.2)	2 (1.0)	3.50	มาก
พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี	34 (16.3)	115 (55.3)	56 (26.9)	3 (1.4)	0 (0.0)	3.87	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	36 (17.3)	104 (50.0)	57 (27.4)	10 (4.8)	1 (0.5)	3.79	มาก
พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	41 (19.7)	90 (43.3)	67 (32.2)	8 (3.8)	2 (1.0)	3.77	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	41 (19.47)	93 (44.7)	66 (31.7)	6 (2.9)	2 (1.0)	3.79	มาก
การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน	45 (21.6)	102 (49.0)	57 (27.4)	3 (1.4)	1 (0.5)	3.90	มาก
รวม	237 (9.5)	935 (37.46)	1006 (40.30)	251 (10.04)	67 (2.70)	3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.41)

โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของ
พนักงาน (3.90) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.87) พนักงานมีความเข้าใจถึง
ความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.79) พนักงานสามารถสามารถ
อธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.79) พนักงานมีความรู้
ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.77) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม
(3.67) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.5) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปาน
กลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.07) การ
นำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.03) การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร
ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.00) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง
(2.78) และ การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	มาก
ด้านราคา	3.30	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.60	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคร มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
มาก (3.60) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.41) และด้าน
ราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.30) ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของปัญหาผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีให้เลือกน้อย	17	8.2
สินค้าไม่มีคุณภาพ	4	1.9
สินค้าขาดตลาด	3	1.4
สินค้าชำรุด เสียหาย	10	4.8
การเคลมสินค้าใช้เวลานาน	5	2.4
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	13	6.3
ไม่มีปัญหา	177	85.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสินค้ามีให้เลือกน้อย เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 8.2 รองลงมาคือการรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 6.3 สินค้าชำรุดเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 4.8 การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.4 สินค้าไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.9 และสินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 85.1

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวม ที่มีต่อส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านราคา

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายไม่คงที่	26	12.5
ไม่คิดป้ายบอกราคาชัดเจน	20	9.6
ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก	46	22.1
ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น	26	12.5
ความล่าช้าในการคิดเงินของพนักงาน	8	3.8
ความผิดพลาดในการรับชำระค่าสินค้าของพนักงาน	4	1.9
ไม่มีปัญหา	149	71.6

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในเรื่องต่อรองราคาได้ไม่มากอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือราคาขายไม่คงที่ ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 12.5 ไม่คิดป้ายราคาบอกให้ชัดเจน คิดเป็น 9.6 ความล่าช้าในการคิดเงินของพนักงาน ร้อยละ 3.8 ความผิดพลาดในการชำระเงินค่าสินค้าของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ราคา คิดเป็นร้อยละ 71.6

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ที่จอดรถไม่เพียงพอ	31	14.9
ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด	2	1.0
พื้นที่ในร้านไม่กว้างขวาง	11	5.3
ที่พักรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ	9	4.3
แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ	5	2.4
อากาศในร้านถ่ายเทไม่สะดวก	2	1.0
หาสินค้ายาก	11	5.3
ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่	16	7.7
การส่งของล่าช้าไม่ตรงตามกำหนด	14	6.7
ความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า	13	6.3
ไม่มีปัญหา	145	69.7

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องที่จอดรถไม่เพียงพอ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 14.9 รองลงมาคือ ไม่จัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ คิดเป็นร้อยละ 7.7 การส่งสินค้าไม่ตรงตามที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 6.7 ความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 6.3 พื้นที่ร้านไม่กว้างขวาง หาสินค้ายาก คิดเป็นร้อยละ 5.3 ที่พักรับรองลูกค้าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 4.3 แสงสว่างภายในร้านไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 2.4 ป้ายชื่อร้านไม่เห็นอย่างเด่นชัด อากาศในร้านถ่ายเทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.7

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ	57	27.4
แคตตาล็อก แผ่นพับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน	9	4.3
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	15	7.2
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์	2	1.0
พนักงานพูดจาไม่สุภาพ	0	0.0
พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	7	3.4
พนักงานไม่มีความความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	15	7.2
พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	8	3.8
พนักงานไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้อย่างถูกต้อง	8	3.8
พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	11	5.3
ไม่มีปัญหา	133	63.9

หมายเหตุ: สามารถเลือกได้หลายคำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 208 ราย

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า พนักงานไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 7.2 พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 5.3 แคตตาล็อก แผ่นพับ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 4.3 พนักงานไม่สามารถให้บริการพนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สามารถอธิบายถึงสินค้าได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 3.8 พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 3.4 และพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ประสบปัญหาส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 63.9

ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัดสม
ผลการก่อสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

1. ควรมีสินค้าใหม่ๆมาให้เลือกหลายๆยี่ห้อ
2. ไม่ควรให้สินค้าขาดและรอสินค้าเป็นเวลานาน
3. ควรมีการติดป้ายราคาให้ชัดเจน
4. ไม่ควรมีการคิดค่าบริการจัดส่ง
5. ควรต่อรองราคาได้ มากกว่านี้
6. ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต
7. สินค้าบางตัวราคาแพงกว่าที่อื่น
8. ควรให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าบ่อยๆ
9. ที่จอดรถมีน้อย และไม่มีหลังคา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาด
จำแนกตามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของครอบครัว

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
คุณภาพของสินค้า	3.87	มาก	3.83	มาก	3.86	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.95	มาก	4.08	มาก	4.00	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า	3.63	มาก	3.78	มาก	3.68	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	3.76	มาก	3.78	มาก	3.77	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	3.64	มาก	3.72	มาก	3.67	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.25	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.54	มาก	3.71	มาก	3.60	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ	3.09	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า	3.44	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง
รวม	3.54	มาก	3.65	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.95) คุณภาพของสินค้า (3.87) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.76) ความครบถ้วนของสินค้า (3.64) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.63) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.54) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.44) ความทันสมัยของสินค้า (3.25) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.08) คุณภาพของสินค้า (3.83) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.78) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.78) ความครบถ้วนของสินค้า (3.72) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.71) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.43) ความทันสมัยของสินค้า (3.38) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.14) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	เพศ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.21	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	3.17	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	3.23	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.58	มาก	3.62	มาก	3.60	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	3.14	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต	3.09	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	3.41	ปานกลาง	3.60	มาก	3.48	ปานกลาง
รวม	3.26	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การให้สินเชื่อ (3.41) การต่อรองราคาได้ (3.23) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.21) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.17) การให้ส่วนลดเงินสด (3.14) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.62) การให้สินเชื่อ (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ การต่อรองราคาได้ (3.32) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.38) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.25) การให้ส่วนลดเงินสด (3.25) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.09)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ที่จอดรถ	3.43	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
ที่พักรับรองลูกค้า	3.43	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง
พื้นที่ในร้าน	3.60	มาก	3.64	มาก	3.61	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.32	มาก	4.29	มาก	4.31	มาก
บรรยากาศในร้าน	3.37	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง
แสงสว่างในร้าน	3.60	มาก	3.58	มาก	3.59	มาก
ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน	3.26	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
การตกแต่งภายในร้าน	3.01	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน	3.29	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.36	ปานกลาง	3.51	มาก	3.41	ปานกลาง
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.23	มาก	4.15	มาก	4.20	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้ บริการ	3.32	ปานกลาง	3.50	มาก	3.38	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ สินค้า	3.84	มาก	3.83	มาก	3.84	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนดเวลา	3.73	มาก	3.69	มาก	3.72	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	4.18	มาก	4.08	มาก	4.15	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่ จัดส่ง	3.88	มาก	3.86	มาก	3.87	มาก
การบริการของพนักงานจัดส่ง สินค้า	3.43	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
รวม	3.38	ปานกลาง	3.60	มาก	3.60	มาก

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.38) โดยปัจจัย

ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.32) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.23) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.18) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.88) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.84) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา(3.73) พื้นที่ในร้าน (3.60)แสงสว่างในร้าน (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ที่จอดรถ (3.43) ที่พักรับรองลูกค้า (3.43)ที่พักรับรองลูกค้า (3.43) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.43) บรรยากาศในร้าน (3.37) การจัดหน้าร้าน (3.36) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.32) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.29) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.26) และการตกแต่งภายในร้าน (3.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.29) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.15) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.08) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.86) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.83) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา(3.69) พื้นที่ในร้าน (3.64) แสงสว่างในร้าน (3.58) การจัดหน้าร้าน (3.51) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.42) บรรยากาศในร้าน (3.39) ที่พักรับรองลูกค้า (3.36) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.35) ที่จอดรถ (3.33) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.14) และการตกแต่งภายในร้าน (3.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.02	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.00	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	2.96	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วม ส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	3.68	มาก	3.65	มาก	3.67	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แคม	2.76	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการ ติดตั้งและการใช้งานจริง	2.77	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.51	มาก	3.49	ปานกลาง	3.50	มาก
พนักงานมีความสุข และมีมนุษย สัมพันธ์ดี	3.86	มาก	3.88	มาก	3.87	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึงความ ต้องการของลูกค้าและสามารถ แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.76	มาก	3.85	มาก	3.79	มาก
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ เกี่ยวกับสินค้าดี	3.78	มาก	3.75	มาก	3.77	มาก
พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้า ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.82	มาก	3.75	มาก	3.79	มาก
การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ของพนักงาน	3.92	มาก	3.86	มาก	3.90	มาก
รวม	3.40	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.92) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.86) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.82) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.78) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.76) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.68) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.02) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.00) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.96) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.77) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.88) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.86) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.85) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.75) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.75) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.49) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.15) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.10) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.08) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.79) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.54	มาก	3.65	มาก	3.60	มาก
ด้านราคา	3.26	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.38	ปานกลาง	3.60	มาก	3.60	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.41	มาก

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.54) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.38) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.42) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของสินค้า	4.40 (มาก)	3.60 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	3.86	มาก
ความหลากหลายของ สินค้า	4.40 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า	4.20 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.68	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้ เลือก	4.40 (มาก)	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	3.59 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	4.20 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.29	ปานกลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.60	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ ตลาดอยู่เสมอ	4.00 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.11	ปานกลาง
การรับประกันหรือเปลี่ยน สินค้า	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44	ปานกลาง
รวม	4.11 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	4.24 (มาก)	3.60	มาก

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ คุณภาพของสินค้า (4.40) ความหลากหลายของสินค้า (4.40) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.40) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (4.20) ความทันสมัยของสินค้า (4.20) ความครบถ้วนของสินค้า (4.00) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (4.00) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.80) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.87) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.79) ความครบถ้วนของสินค้า (3.68) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.68) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.61) คุณภาพของสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.40) ความทันสมัยของสินค้า (3.31) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.99) คุณภาพของสินค้า (3.92) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.70) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.63) ความครบถ้วนของสินค้า (3.59) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.44) ความทันสมัยของสินค้า (3.19) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.18) คุณภาพของสินค้า (4.06) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.91) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.85) ความครบถ้วนของสินค้า (3.85) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.73) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.48) ความทันสมัยของสินค้า (3.45) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อายุ				ค่า เฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.80 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.26	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	3.80 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.20	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	3.40 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.26	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	3.60	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	3.40 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.18	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	3.40 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.11	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.48	มาก
รวม	3.54 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.80) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.80) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การต่อรองราคาได้ (3.40) การให้ส่วนลดเงินสด (3.40) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.40) การให้สินเชื่อ (3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 - 40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.39) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.15) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.13) การให้ส่วนลดเงินสด (3.05) การต่อรองราคาได้ (3.02) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 41 - 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.55) การให้สินเชื่อ (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การต่อรองราคาได้ (3.24) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.21) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.15) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.12) การให้ส่วนลดเงินสด (3.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (3.85) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.76) การต่อรองราคาได้ (3.76) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.36) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.09) มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
ที่จอดรถ	4.40 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.39	มาก	
ที่พักรับรองลูกค้า	4.40 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.41	มาก	
พื้นที่ในร้าน	4.40 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61	มาก	
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.40 (มาก)	4.11 (มาก)	4.34 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.31	มากที่สุด	
บรรยากาศในร้าน	3.80 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.38	มาก	
แสงสว่างในร้าน	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59	มาก	
ความสะอาดเรียบร้อย ของร้าน	4.20 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.22	มาก	
การตกแต่งภายในร้าน	3.60 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.03	ปานกลาง	
การจัดหมวดหมู่ของ สินค้าในร้าน	4.20 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.34	ปานกลาง	
การจัดหน้าร้าน	4.40 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.41	มาก	
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.60 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)	4.20 (มาก)	4.45 (มาก)	4.20	มาก	
มีบริการ น้ำดื่ม และ ห้องน้ำไว้บริการ	4.20 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.38	ปานกลาง	

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ความสะดวกรวดเร็วในการ สั่งซื้อสินค้า	4.60 (มาก)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	4.0 (มาก)	3.84	มาก
ความเร็วในการจัดส่ง สินค้าและตรงตาม กำหนดเวลา	4.40 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	4.09 (มาก)	3.72	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่ สั่งซื้อ	4.60 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.30 (มาก)	4.15	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของ สินค้าที่จัดส่ง	4.40 (มาก)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87	มาก
การบริการของพนักงาน จัดส่งสินค้า	4.00 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.40	มาก
รวม	4.27 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60	มาก

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มี
มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.60) ความสะดวก
รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.60) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถ (4.40) ที่พักรับรองลูกค้า (4.40) พื้นที่ในร้าน
(4.40) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.40) การจัดหน้าร้าน (4.40) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตาม
กำหนดเวลา (4.40) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.40) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน
(4.20) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (4.20) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (4.20) แสง
สว่างในร้าน (4.00) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (4.00) บรรยากาศในร้าน (3.80) การ
ตกแต่งภายในร้าน (3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.73) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ การจัดหน้าร้าน (4.34)ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.11) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.05) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.03)สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.77) แสงสว่างในร้าน (3.52) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.50) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ พื้นที่ในร้าน (3.48) บรรยากาศในร้าน (3.47) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.42) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.37) ที่พักรับรองลูกค้า (3.31) ที่จอดรถ (3.27) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.27) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.15) การตกแต่งภายในร้าน (3.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.34) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.20) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.14) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.89) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.81) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนดเวลา (3.69) พื้นที่ในร้าน (3.63) แสงสว่างในร้าน (3.59) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ บรรยากาศในร้าน (3.31) การจัดหน้าร้าน (3.36) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.35) ที่พักรับรองลูกค้า (3.40) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.39) ที่จอดรถ (3.31) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.27) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.16) การตกแต่งภายในร้าน (2.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.55) ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.45) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.30) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนดเวลา (4.09) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.0) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.94) พื้นที่ในร้าน (3.67) แสงสว่างในร้าน (3.67) การจัดหน้าร้าน (3.58) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.45) ที่พักรับรองลูกค้า (3.48) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.70) ที่จอดรถ (3.76) บรรยากาศในร้าน (3.39) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.36) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.18) การตกแต่งภายในร้าน (3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.80 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.07	ปานกลาง	
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.60 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.03	ปานกลาง	
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้า ใหม่	3.80 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00	ปานกลาง	
การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม	3.80 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67	มาก	
การส่งเสริมการขายด้วย การ ลด แลก แจก แถม	2.80 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.75	ปานกลาง	
การจัดแสดงสินค้าให้เห็น วิธีการติดตั้งและการใช้งาน จริง	3.20 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.03 (มาก)	2.78	ปานกลาง	
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการ	3.80 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.50	มาก	
พนักงานมีความสุภาพ และ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.60 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)	3.87	มาก	
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้าและ สามารถแก้ปัญหาให้กับ ลูกค้าได้	4.40 (มาก)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)	3.79	มาก	

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	4.18 (มาก)	3.77	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)	4.18 (มาก)	3.79	มาก
การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าของพนักงาน	4.60 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	4.39 (มาก)	3.90	มาก
รวม	3.86 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.41	ปาน กลาง

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.86) โดยปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์
ดี (4.60) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ
พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถ
แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.40) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.00) พนักงาน
สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (4.00)
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.80) การประชาสัมพันธ์และ
มีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.80) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้า
ใหม่ (3.80) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.80) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน
แคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.60) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการ
ใช้งานจริง (3.20) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30-40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.77) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.73) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง(3.69)พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.66)พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ(3.39)การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.26) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.94) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.89) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.89) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.68) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 41-50 ปีมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.83) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.81) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.81) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.76) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.72) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.69)ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.49) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.17) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.08) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.08) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.03) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.03) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.74) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.39)พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (4.18) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.18)พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.06) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.03) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.00)มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.70) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.21) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.03) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.0) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.97) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในแคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครุ่นที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด	อายุ					ค่าเฉลี่ย รวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)			
ด้านผลิตภัณฑ์	4.11 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	4.24 (มาก)	3.60	มาก	
ด้านราคา	3.54 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.30	ปาน กลาง	
ด้านการจัดจำหน่าย	4.27 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60	มาก	
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.86 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.41	ปาน กลาง	

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.27)
รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.11) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก (3.86) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.25)
และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.55) ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.40) และ
ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.24) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.75) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.64) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(3.55) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพของสินค้า	4.03 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)
ความหลากหลายของ สินค้า	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	3.50 (มาก)	4.0 (มาก)
ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า	3.94 (มาก)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.65 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ เลือก	3.94 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ความครบถ้วนของ สินค้า	3.79 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ความทันสมัยของ สินค้า	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.68 (มาก)	3.56 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
การมีสินค้าใหม่ๆออก สู่ตลาดอยู่เสมอ	3.26 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การรับประกันหรือเปลี่ยน สินค้า	3.76 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
รวม	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 มาก

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.77) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.09) คุณภาพของสินค้า (4.03) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.94) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.94) ความครบถ้วนของสินค้า (3.79) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.76) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.68) ความทันสมัยของสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.00) คุณภาพของสินค้า (3.77) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.67) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.67) ความครบถ้วนของสินค้า (3.63) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.23) ความทันสมัยของสินค้า (3.26) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.05) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.86) คุณภาพของสินค้า (3.80) ความครบถ้วนของสินค้า (3.73) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.66) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.61) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.43) ความทันสมัยของสินค้า (3.29) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.99) คุณภาพของสินค้า (3.90) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.75) ความครบถ้วนของสินค้า (3.68) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.65) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.44) ความทันสมัยของสินค้า (3.23) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.20) โดยปัจจัยย่อย

ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (3.60) ความหลากหลายของสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าพร้อมขาย (3.40) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.30) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.20) การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.20) ความครบถ้วนของสินค้า (3.10) ความทันสมัยของสินค้า (2.80) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (2.70) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
มีการคิดป้ายราคา ชัดเจน	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
สินค้าแต่ละชนิดมี หลายราคาให้เลือก	3.68 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การรับชำระโดยใช้ บัตรเครดิต	2.91 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การให้สินเชื่อ	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
รวม	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอน
ปลาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปาน
กลาง (3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย
ราคาให้เลือก (3.68) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การต่อรอง
ราคาได้ (3.41)ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.38)มีการคิดป้ายราคาชัดเจน (3.26)การให้
ส่วนลดเงินสด (3.24) การให้สินเชื่อ (3.21) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (2.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.37) การต่อรองราคาได้ (3.30) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.26) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.23) การให้ส่วนลดเงินสด (3.14) การให้สินเชื่อ (3.33) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.68) การให้สินเชื่อ (3.55) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การต่อรองราคาได้ (3.09) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.32) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.09) การให้ส่วนลดเงินสด (3.05) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.69) การให้สินเชื่อ (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การต่อรองราคาได้ (3.30) การให้ส่วนลดเงินสด (3.27) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.26) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.22) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.40) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.20) การต่อรองราคาได้ (3.00) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.00) การให้ส่วนลดเงินสด (3.00) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.00) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (2.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคร้านอาหารที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่จอดรถ	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ที่พักรับรองลูกค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
พื้นที่ในร้าน	3.65 (มาก)	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.41 (มาก)	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)	4.35 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)
บรรยากาศในร้าน	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
แสงสว่างในร้าน	3.71 (มาก)	3.60 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ความสะอาดเรียบร้อย ของร้าน	3.38 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายในร้าน	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.30 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่ของ สินค้าในร้าน	3.44 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ ง่าย	4.18 (มาก)	4.09 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)
มีบริการ น้ำดื่ม และ ห้องน้ำไว้บริการ	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า	3.82 (มาก)	3.91 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.75 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา	3.68 (มาก)	3.79 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	4.18 (มาก)	4.05 (มาก)	4.30 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)
การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.41) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.18) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.18) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.82) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.82) แสงสว่างในร้าน (3.71) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.68) พื้นที่ในร้าน (3.65) การจัด

หน้าร้าน (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.47) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.47) ที่พักรับรองลูกค้า (3.47)บรรยากาศในร้าน (3.44) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.44)ที่จอดรถ (3.41) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.38) การตกแต่งภายในร้าน (3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.16) ป้ายชื่อร้าน สังกะตได้ง่าย (4.09) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.05) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.91) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.79) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.79) พื้นที่ในร้าน (3.72) แสงสว่างในร้าน (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถ (3.49) ที่พักรับรองลูกค้า (3.49) การจัดหน้าร้าน (3.47) บรรยากาศในร้าน (3.44) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.35) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.35) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.33) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.30) การตกแต่งภายในร้าน (3.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวช.มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.30) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.30) ป้ายชื่อร้าน สังกะตได้ง่าย (4.25) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.98) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.98) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.82)มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.61) การจัดหน้าร้าน (3.59) แสงสว่างในร้าน (3.59)พื้นที่ในร้าน (3.55) ที่พักรับรองลูกค้า (3.52) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.50)ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.48) บรรยากาศในร้าน (3.43) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.41) ที่จอดรถ (3.32) การตกแต่งภายในร้าน (3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานิติหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.35) ป้ายชื่อร้าน สังกะตได้ง่าย (4.23) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.13) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.88) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.75) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.71) พื้นที่ในร้าน (3.62) แสงสว่างในร้าน (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึง

พอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถ (3.40) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.40) บรรยากาศในร้าน (3.36) ที่พักรับรองลูกค้า (3.35) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.29) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.29) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.08) การตกแต่งภายในร้าน (2.94) การจัดหน้าร้าน (2.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วน ประสม ทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.30) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.30) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.00) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.90) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.30) พื้นที่ในร้าน (3.20) ที่จอดรถ (3.20) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.10) แสงสว่างในร้าน (3.10) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.00) การจัดหน้าร้าน (2.90) บรรยากาศในร้าน (2.80) ที่พักรับรองลูกค้า (2.80) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (2.60) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (2.50) การ ตกแต่งภายในร้าน (2.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคร่วมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย /ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาสินค้าผ่าน สื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.12 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.70 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ใน แคตตาล็อกและ แผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจ ง่าย	3.03 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.80 (ปาน กลาง)	3.03 (ปาน กลาง)
การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	3.06 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.60 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)
การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	3.62 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)
การส่งเสริมการขาย ด้วยการ ลด แลก แจก แถม	2.82 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.75 (ปาน กลาง)
การจัดแสดงสินค้าให้ เห็นวิธีการติดตั้งและ การใช้งานจริง	2.85 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	2.78 (ปาน กลาง)
มีจำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.76 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)
พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.97 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา(ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีความเข้าใจ ถึงความต้องการของ ลูกค้าและสามารถ แก้ปัญหาให้กับลูกค้า ได้	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับ สินค้าดี	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)
พนักงานสามารถ สามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ ใช้สอยสินค้าได้อย่าง ชัดเจนและถูกต้อง	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)
การอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับลูกค้า ของพนักงาน	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)
รวม	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.97) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.94) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.91) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.91) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.91) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.76) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.12) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.06) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.03) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.85) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.86) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.84) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.79) พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.79) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.77) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.49) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.14) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.12) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.12) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.93) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.74) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.43) โดย
 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของ
 พนักงาน (3.98) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.91) พนักงานมีความเข้าใจถึงความ
 ต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.86) พนักงานสามารถอธิบายถึง
 คุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.84) พนักงานมีความรู้ความ
 ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.82) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม
 (3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอ
 ต่อการให้บริการ (3.48) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.07)
 การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.00) การประชาสัมพันธ์
 ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.00) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งาน
 จริง (2.91) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม
 ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.37) โดยปัจจัย
 ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของ
 พนักงาน (3.90) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.78) การประชาสัมพันธ์และมีส่วน
 ร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.79) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและ
 สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.69) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์
 ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.69) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี
 (3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอ
 ต่อการให้บริการ (3.40) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.06)
 การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.04) การประชาสัมพันธ์
 ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.95)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วน
 ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) โดย
 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษย
 สัมพันธ์ดี (4.00) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่าง
 ชัดเจนและถูกต้อง (4.00) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหา
 ให้กับลูกค้าได้ (3.80) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.80) การประชาสัมพันธ์
 และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.80) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี

(3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.40) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แกดตากล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.80) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.70) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.60) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.40) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.10)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคร่วมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมทาง การตลาด	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา / ปวส	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.60 มาก
ด้านราคา	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความ
พึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
(3.77) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) ด้านการส่งเสริมการตลาด
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.29)
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจ
ต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.61)
รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.55) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับปานกลาง(3.42) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.69)
รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.62) ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับปานกลาง (3.43) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานมาก (3.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.37) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.25) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.22) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.20) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.05) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพของสินค้า	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)	3.86 (มาก)
ความหลากหลายของ สินค้า	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.40 (มาก)	4.0 (มาก)
ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่าง ให้เลือก	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.66 (มาก)	4.0 (มาก)	3.70 (มาก)	3.77 (มาก)
ความครบถ้วนของ สินค้า	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)	4.0 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)
ความทันสมัยของ สินค้า	3.35 (ปาน กลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.5 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.0 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)
การมีสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ	3.22 (ปาน กลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การรับประกันหรือเปลี่ยน สินค้า	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
รวม	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 มาก

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.96) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.87) คุณภาพของสินค้า (3.82) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.76) ความครบถ้วนของสินค้า (3.73) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.69) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.35) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.22) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น พนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.85) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.82) คุณภาพของสินค้า (3.74) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.74) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.68) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.51) ความครบถ้วนของสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.35) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.00) คุณภาพของสินค้า (3.88) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.66) ความครบถ้วนของสินค้า (3.63) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าพร้อมขาย (3.40) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.39) ความทันสมัยของสินค้า (3.19) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.13) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.00) ความครบถ้วนของสินค้า (4.00) การมีสินค้าพร้อมขาย (4.00) คุณภาพของสินค้า (3.94) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.81) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.75) ความทันสมัยของสินค้า (3.5) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พ่อบ้าน แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความ

พึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.40)คุณภาพของสินค้า (4.10) การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.70) ความครบถ้วนของสินค้า (3.70) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.60) ความทันสมัยของสินค้า (3.40) การรับคืนหรือเปลี่ยนคืนสินค้า (3.30) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.00) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านราคา	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาขาย เหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.60 (ปาน กลาง)	3.26 (ปานกลาง)
มีการคิดป้าย ราคาชัดเจน	3.29 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.20 (ปานกลาง)
การต่อรองราคา ได้	3.35 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)
สินค้าแต่ละชนิด มีหลายราคาให้ เลือก	3.71 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)
การให้ส่วนลด เงินสด	3.42 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (ปาน กลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การรับชำระโดย ใช้บัตรเครดิต	3.20 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การให้สินเชื่อ	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
รวม	3.44 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.75) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.71) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (3.42) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.38) การต่อรองราคาได้ (3.35) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.29) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น พนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.47) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.15) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.15) การต่อรองราคาได้ (3.03) การให้สินเชื่อ (3.00) การให้ส่วนลดเงินสด (2.85) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (2.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.48) การต่อรองราคาได้ (3.20) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.16) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.13) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.08) การให้ส่วนลดเงินสด (3.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ รับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.75) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.56) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.44) การต่อรองราคาได้ (3.44) การให้ส่วนลดเงินสด (3.44) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.19) การให้ส่วนลดเงินสด (3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พ่อบ้าน แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (4.00) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.80) การต่อรองราคาได้ (3.80) การให้สินเชื่อ (3.60) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.40) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัด จำหน่าย	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่จอดรถ	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ที่พักรับรองลูกค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
พื้นที่ในร้าน	3.65 (มาก)	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.51 (มาก)	4.09 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.70 (มาก)	4.31 (มาก)
บรรยากาศในร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
แสงสว่างในร้าน	3.76 (มาก)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.75 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ความสะอาด เรียบร้อยของร้าน	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายใน ร้าน	3.07 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่ ของสินค้าในร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.22 (มาก)	3.69 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.49 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อร้าน สังเกตเห็นได้ง่าย	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้ บริการ	3.44 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.39 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ(ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็ว ในการสั่งซื้อสินค้า	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)
ความรวดเร็วในการ จัดส่งสินค้าและตรง ตามกำหนดเวลา	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	4.30 (มาก)	3.72 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้อง ตามที่สั่งซื้อ	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	4.60 (มาก)	4.15 (มาก)
สภาพความสมบูรณ์ ของสินค้าที่จัดส่ง	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	4.50 (มาก)	3.87 (มาก)
การบริการของ พนักงานจัดส่งสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปาน กลาง)
รวม	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.51)ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.40)จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.22)ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.84)สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.80)แสงสว่างในร้าน (3.76)ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.69) พื้นที่ในร้าน (3.65) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหน้าร้าน (3.49) ที่พักรับรองลูกค้า (3.45) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.45) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.44) ที่จอดรถ (3.40) บรรยากาศในร้าน (3.40) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.44) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.27) การตกแต่งภายในร้าน (3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น พนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.12) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.09)ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.06) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.85)พื้นที่ในร้าน (3.65) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.59) แสงสว่างในร้าน (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถ (3.44) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.44) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.44) การจัดหน้าร้าน (3.41) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.41) บรรยากาศในร้าน (3.41) ที่พักรับรองลูกค้า (3.24) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.21) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.03) การตกแต่งภายในร้าน (2.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.24) ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.14)จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.11) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.90) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.85) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.78) พื้นที่ในร้าน (3.54) แสงสว่างในร้าน (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่พักรับรองลูกค้า (3.42) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.39) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.38) บรรยากาศในร้าน (3.35) การจัดหน้าร้าน (3.35) ที่จอดรถ (3.26) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.22) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.20) การตกแต่งภายในร้าน (2.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้าน (4.25) ป้ายชื่อร้าน สังกะตได้ง่าย (4.13) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (3.94) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.94) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.81) พื้นที่ในร้าน (3.81) แสงสว่างในร้าน (3.75) ที่จอดรถ (3.75) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.69) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.69) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.63) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.63) บรรยากาศในร้าน (3.56) การจัดหน้าร้าน (3.56) ที่พักรับรองลูกค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.37) การตกแต่งภายในร้าน (3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพ พ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้าน (4.70) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.60) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.50) ป้ายชื่อร้าน สังกะตได้ง่าย (4.30) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (4.30) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (4.10) ที่จอดรถ (3.90) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.80) พื้นที่ในร้าน (3.60) ที่พักรับรองลูกค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.40) แสงสว่างในร้าน (3.30) การจัดหน้าร้าน (3.30) การจัดหมวดหมู่สินค้าในร้าน (3.20) บรรยากาศในร้าน (3.10) การตกแต่งภายในร้าน (2.80) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (2.50)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภคที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจ เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาสินค้าผ่าน สื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	3.09 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ใน แคตตาล็อกและ แผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจ ง่าย	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	3.07 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.0 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ และมีส่วนร่วมส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	3.89 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.69 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.30 (มาก)	3.67 (มาก)
การส่งเสริมการขาย ด้วยการ ลด แลก แจก แถม	2.98 (ปานกลาง)	2.32 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
การจัดแสดงสินค้าให้ เห็นวิธีการติดตั้งและ การใช้งานจริง	2.89 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
มีจำนวนพนักงาน เพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.56 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวม ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหา ให้กับลูกค้าได้	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	4.20 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	3.95 (มาก)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	4.20 (มาก)	3.77 (มาก)
พนักงานสามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	4.20 (มาก)	3.79 (มาก)
การอำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าของพนักงาน	4.09 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)
รวม	3.53 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.35 (ปาน กลาง)	3.49 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.09) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.98) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.95) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.93) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.89) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.87) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

ในระดับปานกลาง ได้แก่ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.11) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.09) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.07) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.98) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็น พนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วน ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.26) โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.88)การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.79) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.76) พนักงานมีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.74) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถ แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.71) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มี จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.38) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม (3.15) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.00) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.91) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.88) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.65) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความสุข และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.83) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.78) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของ ลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.72) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม (3.69) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้ อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.66) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.63) ส่วนปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.45) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.10) การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.98) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.96) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.72) การ ส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพธุรกิจรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) โดยปัจจัย

ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.87)พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.81)พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.81)พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.75)พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.75) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.75)การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.31) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.25)การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.19)การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.87)การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.30) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (4.20) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.20) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.20) พนักงานมีความสุขภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.90) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.40) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (3.30) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.00) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.00) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.90) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.90)

ตารางที่ 75 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทาง การตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง อิสระ	พ่อบ้าน แม่บ้าน	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 มาก
ด้านราคา	3.44 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.66 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.53 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.66)
รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.62) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับมาก (3.53) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานธุรกิจเอกชน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.57) รองลงมาคือ ด้านการ
จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปาน
กลาง(3.26) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง
การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) รองลงมาคือ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.52) ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
(3.49) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.22) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างอิสระ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.82) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.72) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.49) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.70) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.68) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.62) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพของสินค้า	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	3.62 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)
ความหลากหลายของ สินค้า	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	3.79 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	4.0 (มาก)
ความหลากหลายยี่ห้อ ของสินค้า	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ เลือก	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ความครบถ้วนของ สินค้า	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)
ความทันสมัยของ สินค้า	3.49 (น้อย)	3.32 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
การมีสินค้าใหม่ๆออก สู่ตลาดอยู่เสมอ	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การรับประกันหรือเปลี่ยน สินค้า	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
รวม	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 มาก

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึง
พอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.53) โดย
ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.04) การมี
สินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.86) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.84) คุณภาพของสินค้า (3.84) ความ
หลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.82) ความครบถ้วนของสินค้า (3.71) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า

(3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.49) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.98) การคุณภาพของสินค้า (3.92) มีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.87) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.69) ความครบถ้วนของสินค้า (3.68) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.62) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.62) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของสินค้า (3.32) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (3.19) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (3.79) คุณภาพของสินค้า (3.62) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.56) ความครบถ้วนของสินค้า (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.47) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.44) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.18) ความทันสมัยของสินค้า (3.03) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (2.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.20) คุณภาพของสินค้า (3.95) มีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.90) ความครบถ้วนของสินค้า (3.85) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.75) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าพร้อมขาย (3.40) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.40) ความทันสมัยของสินค้า (3.40) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (2.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า (4.11) คุณภาพของสินค้า (3.95) ความครบถ้วนของสินค้า (3.63) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.47) ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า (3.42) การรับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า (3.37) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.32) ความทันสมัยของสินค้า (3.00) การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ (2.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทาง
การตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านราคา	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	3.39 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.29 (ปานกลาง)	2.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
สินค้าแต่ละชนิดมีหลาย ราคาให้เลือก	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.37 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การรับชำระโดยใช้บัตร เครดิต	3.02 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การให้สินเชื่	3.27 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.69) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.43) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.39) การให้ส่วนลดเงินสด (3.37) การต่อรองราคาได้ (3.29) การให้สินเชื่อ (3.27) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.56) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.49) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.25) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.18) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.12) การให้ส่วนลดเงินสด (3.08) การต่อรองราคาได้ (2.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.68) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (3.21) การต่อรองราคาได้ (3.21) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.15) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.12) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.70) สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.20) การต่อรองราคาได้ (3.15) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.10) การให้ส่วนลดเงินสด (3.10) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.68) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้สินเชื่อ (3.37) การต่อรองราคาได้ (3.32) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.26) การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต (3.21) การให้ส่วนลดเงินสด (3.11) มีการติดป้ายราคาชัดเจน (3.05)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ที่จอดรถ	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ที่พักรับรองลูกค้า	3.55 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
พื้นที่ในร้าน	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.41 (มาก)	4.45 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)
บรรยากาศในร้าน	3.51 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
แสงสว่างในร้าน	3.71 (มาก)	3.62 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ความสะอาดเรียบร้อย ของร้าน	3.47 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การตกแต่งภายในร้าน	3.33 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การจัดหมวดหมู่ของ สินค้าในร้าน	3.71 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.15 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ ง่าย	4.12 (มาก)	4.21 (มาก)	4.18 (มาก)	4.35 (มาก)	4.26 (มาก)	4.20 (มาก)
มีบริการ น้ำดื่ม และ ห้องน้ำไว้บริการ	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.12 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทาง
การตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะดวกรวดเร็ว ในการสั่งซื้อสินค้า	3.84 (มาก)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)
ความรวดเร็วในการ จัดส่งสินค้าและตรง ตามกำหนดเวลา	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	3.72 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้อง ตามที่สั่งซื้อ	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)
สภาพความสมบูรณ์ ของสินค้าที่จัดส่ง	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	4.05 (มาก)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)
การบริการของ พนักงานจัดส่งสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.25) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.14) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.12) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.96) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.84) แสงสว่างในร้าน (3.71) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.71) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.65) พื้นที่ในร้าน (3.61) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.59) มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.59) ที่พักรับรองลูกค้า (3.55) การจัดหน้าร้าน (3.51) บรรยากาศในร้าน (3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.47) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.45) การตกแต่งภายในร้าน (3.33) ที่จอดรถ (3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.29) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.21) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.15) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.88) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.83) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.76) พื้นที่ในร้าน (3.74) แสงสว่างในร้าน (3.62) การจัดหน้าร้าน (3.55) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการน้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.46) ที่พักรับรองลูกค้า (3.44) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.42) บรรยากาศในร้าน (3.40) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.32) การตกแต่งภายในร้าน (3.10) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.41) ป้ายชื่อหน้าร้านสังเกตง่าย (4.18) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.12) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.79) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.74) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.68) พื้นที่ในร้าน (3.53) แสงสว่างในร้าน (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถ (3.26) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.26) บรรยากาศในร้าน (3.26) ที่พักรับรองลูกค้า (3.24) การจัดหน้าร้าน (3.15) มีบริการน้ำดื่มและห้องน้ำไว้บริการ (3.12) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (2.94) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (2.88) การตกแต่งภายในร้าน (2.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.45) ป้ายชื่อร้านสังเกตได้ง่าย (4.35) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.20) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.05) ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้า (3.90) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและตรงตามกำหนดเวลา (3.70) แสงสว่างในร้าน (3.50) พื้นที่ในร้าน (3.50) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่พักรับรองลูกค้า (3.40) ที่จอดรถ (3.45) การจัดหน้าร้าน (3.35) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.35) มีบริการน้ำดื่ม และ ห้องน้ำไว้บริการ (3.20) การจัดหมวดหมู่สินค้าภายในร้าน (3.10) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (3.05) การตกแต่งภายในร้าน (2.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย (4.26) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.21) จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.16) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และตรงตามกำหนด (3.79) สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (3.79) ความสะดวกรวดเร็ว ในการสั่งซื้อสินค้า (3.74) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ แสงสว่างในร้าน (3.37) ที่พักรับรองลูกค้า (3.21) พื้นที่ในร้าน (3.32) มีบริการน้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ (3.16) การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า (3.16) การจัดหน้าร้าน (3.11) ที่จอดรถ (3.11) บรรยากาศในร้าน (3.05) การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน (3.05) ความสะอาดเรียบร้อยของร้าน (2.79) การตกแต่งภายในร้าน (2.74)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค ที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ ต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	2.96 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.07 (ปาน กลาง)
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.02 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.03 (ปาน กลาง)
การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ต่างๆ เช่น แนะนำสินค้า ใหม่	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.00 (ปาน กลาง)
การประชาสัมพันธ์และมี ส่วนร่วมส่งเสริมและ ช่วยเหลือสังคม	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	2.85 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)
การส่งเสริมการขายด้วย การ ลด แลก แจก แถม	2.75 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.42 (ปานกลาง)	2.75 (ปาน กลาง)
การจัดแสดงสินค้าให้เห็น วิธีการติดตั้งและการใช้งาน จริง	3.00 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.78 (ปาน กลาง)
มีจำนวนพนักงานเพียงพอ ต่อการให้บริการ	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
พนักงานมีความสุภาพ และ มีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	4.15 (มาก)	3.58 (มาก)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้
 บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้
 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	4.10 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี	3.98 (มาก)	3.74 (มาก)	3.59 (มาก)	4.10 (มาก)	3.32 (มาก)	3.77 (มาก)
พนักงานสามารถสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.98 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	4.10 (มาก)	3.32 (มาก)	3.79 (มาก)
การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	4.20 (มาก)	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)
รวม	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.51 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.98) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.98) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.98) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.96) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.94) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.67) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.51) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.12) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.02) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (3.00) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.96) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.75)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.85) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.83) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.77) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.74) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.74) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.60) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.52) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.15) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.08) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (3.07) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.85) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.88)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.91) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.79) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.71) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.65) พนักงานมีความรู้ความชำนาญ

เกี่ยวกับสินค้าดี (3.59) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.35) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.21) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (3.09) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (2.85) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.88) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.56) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.50)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (4.20) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.15) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (4.10) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (4.10) พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (4.10) การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (4.00) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.30) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (3.00) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.95) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.90) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.75) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.65)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม (3.79) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.58) พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.58) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.42) พนักงานสามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยสินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง (3.32) พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสินค้าดี (3.32) มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (3.42) การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร (2.79) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อกและแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย (2.84) การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม (2.42) การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่ (2.84) การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการติดตั้งและการใช้งานจริง (2.53)

ตารางที่ 80 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภครวมที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด จำแนกตามรายได้

ส่วนประสม ทางการตลาด	รายได้					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,000-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 มาก
ด้านราคา	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านการจัด จำหน่าย	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.51 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.70) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.69) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) และ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.64) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.45) รองลงมา

คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.34) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.64) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.58) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.51) และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.46) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.41) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.15) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทลูกค้าที่เป็นองค์กรและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					
	องค์กร		ผู้บริโภค		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
คุณภาพของสินค้า	4.34	มาก	3.86	มาก	3.98	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.29	มาก	4.00	มาก	4.07	มาก
ความหลากหลายยี่ห้อของสินค้า	3.84	มาก	3.68	มาก	3.72	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก	4.01	มาก	3.77	มาก	3.83	มาก
ความครบถ้วนของสินค้า	3.97	มาก	3.67	มาก	3.75	มาก
ความทันสมัยของสินค้า	3.43	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.80	มาก	3.60	มาก	3.65	มาก
การมีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอยู่เสมอ	3.26	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
การรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.29	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง
รวม	3.80	มาก	3.60	มาก	3.65	มาก

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.80) โดยปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (4.34) รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้า (4.29) และการมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (4.01) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (4.00) รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้า (3.86) และการมีสินค้าตัวอย่างให้เลือก (3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					
	องค์กร		ผู้บริโภค		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.36	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
มีการคิดป้ายราคาชัดเจน	3.11	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	3.27	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	3.57	มาก	3.60	มาก	3.58	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	3.31	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง
การรับชำระโดยใช้บัตรเครดิต	3.01	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
การให้สินเชื่อ	3.71	มาก	3.48	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
รวม	3.33	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมององค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.33) โดยปัจจัยย่อยด้านการให้สินเชื่อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (3.71) รองลงมาคือ สินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก (3.57) และราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (3.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.30) โดยปัจจัยย่อยด้านสินค้าแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (3.60) รองลงมาคือ การให้สินเชื่อ (3.48) ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และการต่อรองราคาได้ (3.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					
	องค์กร		ผู้บริโภค		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ที่จอดรถ	4.27	มาก	3.39	ปานกลาง	3.61	มาก
ที่พักรับรองลูกค้า	3.96	มาก	3.41	ปานกลาง	3.54	มาก
พื้นที่ในร้าน	4.00	มาก	3.61	มาก	3.70	มาก
ทำเลที่ตั้งของร้าน	4.51	มากที่สุด	4.31	มาก	4.36	มากที่สุด
บรรยากาศในร้าน	3.67	มาก	3.38	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
แสงสว่างในร้าน	4.03	มาก	3.59	มาก	3.70	มาก
ความสะดวกเรียบร้อยของร้าน	3.74	มาก	3.22	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
การตกแต่งภายในร้าน	3.21	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
การจัดหมวดหมู่ของสินค้าในร้าน	3.41	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.61	มาก	3.41	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
ป้ายชื่อร้าน สังกัดได้ง่าย	4.43	มาก	4.20	มาก	4.25	มาก
มีบริการ น้ำดื่ม และห้องน้ำไว้บริการ	3.47	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
ความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อ สินค้า	3.81	มาก	3.84	มาก	3.83	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าและ ตรงตามกำหนดเวลา	3.70	มาก	3.72	มาก	3.71	มาก
จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ	4.49	มาก	4.15	มาก	4.23	มาก
สภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่ จัดส่ง	4.46	มาก	3.87	มาก	4.01	มาก
การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า	3.67	มาก	3.40	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
รวม	3.91	มาก	3.60	มาก	3.67	มาก

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.91) โดยปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้าน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (4.51)รองลงมาคือ จัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.49) และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง (4.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.60) โดยปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้าน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (4.31) รองลงมาคือ ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย (4.20) และจัดส่งสินค้าได้ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ (4.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					
	องค์กร		ผู้บริโภค		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร	2.93	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใน แคตตาล็อก และแผ่นพับ ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.16	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เช่น แนะนำสินค้าใหม่	3.23	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วม ส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	4.00	มาก	3.67	มาก	3.75	มาก
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลด แลก แจก แถม	3.06	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง
การจัดแสดงสินค้าให้เห็นวิธีการ ติดตั้งและการใช้งานจริง	3.09	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง
มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.54	มาก	3.50	มาก	3.51	มาก
พนักงานมีความสุข และมีมนุษย สัมพันธ์ดี	3.94	มาก	3.87	มาก	3.88	มาก
พนักงานมีความเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้า และสามารถ แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้	3.66	มาก	3.79	มาก	3.75	มาก
พนักงานมีความรู้ความชำนาญ เกี่ยวกับสินค้าดี	3.66	มาก	3.77	มาก	3.74	มาก
พนักงานสามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ใช้สอย สินค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	3.64	มาก	3.79	มาก	3.75	มาก
การอำนวยความสะดวกให้กับ ลูกค้าของพนักงาน	3.90	มาก	3.90	มาก	3.90	มาก

รวม	3.48	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
-----	------	---------	------	---------	------	---------

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.48) โดยปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์และมีส่วนร่วมส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (4.00)รองลงมาคือ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.94) และการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน (3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.41) โดยปัจจัยย่อยด้านการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเป็นอันดับแรก (3.90) รองลงมาคือ พนักงานมีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ดี (3.87) และ พนักงานมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ (3.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทลูกค้า					
	องค์กร		ผู้บริโภค		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	มาก	3.60	มาก	3.65	มาก
ด้านราคา	3.33	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.91	มาก	3.60	มาก	3.67	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งองค์กรและผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ