

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตาราง คำอธิบายผล ความหมาย โดยแบ่งข้อมูลเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	62	41.3
หญิง	88	58.7
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.0
21 – 29 ปี	40	26.7
31 – 39 ปี	61	40.7
41 – 49 ปี	37	24.7
51 – 59 ปี	10	6.7
60 ปีขึ้นไป	2	1.3
สถานภาพ		
เจ้าของร้าน	128	85.3
ลูกจ้าง	20	13.3
อื่นๆ	2	1.3
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	4.0
มัธยมศึกษา / ปวช.	50	33.3
อนุปริญญา / ปวส.	43	28.7
ปริญญาตรี	49	32.7
สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.3
อื่นๆ	0	0.0
อาชีพ (นอกเหนือจากร้านก๋วยเตี๋ยว)		
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2	1.3
ลูกจ้างบริษัท หรือ โรงงาน หรือ ที่อยู่อาศัย	0	0.0
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ	89	59.3
อาชีพอิสระ	32	21.3
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	16	10.7
นักเรียน / นักศึกษา	11	7.3
อื่นๆ	0	0.0

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้โดยรวม (ต่อเดือน)		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	2	1.3
3,001 – 10,000 บาท	30	20.0
10,001 – 25,000 บาท	28	18.7
25,001 – 40,000 บาท	38	25.3
40,001 – 55,000 บาท	21	14.0
มากกว่า 55,000 บาท	31	20.7

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.7 มีอายุ 31 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 85.3 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 33.3 และระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.7 มีอาชีพหลัก นอกเหนือจากการเปิดร้านก๋วยเตี๋ยว เป็นนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 59.3 และมีรายได้โดยรวมต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเพศ จำแนกตามประเภทร้าน

เพศ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาวแร่แฝงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ชาย	6 20.0	13 43.3	20 66.7	6 20.0	17 56.7
หญิง	24 80.0	17 56.7	10 33.3	24 80.0	13 43.3
รวม	30 100.0	30 100.0	30 100.0	30 100.0	30 100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาวแร่แฝงลอยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.7 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.7 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับอายุ จำแนกตามประเภทร้าน

อายุ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
21-29 ปี	5	8	4	9	14
	16.7	26.7	13.3	30.0	46.7
31-39 ปี	10	11	15	12	13
	33.3	36.7	50.0	40.0	43.3
41-49 ปี	10	7	11	6	3
	33.3	23.3	36.7	20.0	10.0
51-59 ปี	4	3	0	3	0
	13.3	10.0	0	10.0	0
60 ปีขึ้นไป	1	1	0	0	0
	3.3	3.3	0	0	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย มีอายุ 31 – 39 ปี และ 41 – 49 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 51 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ มีอายุ 31 – 39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 41 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ 41 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวเฟรนไชส์ มีอายุ 31 – 39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ 21 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 41 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีอายุ 21 – 29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 31 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 41 – 49 ปี เป็นอันดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานภาพ จำแนกตามประเภทร้าน

สถานภาพ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว เฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
เจ้าของร้าน	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	28	26	29	28	17
ลูกจ้าง	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	93.3	86.7	96.7	93.3	56.7
อื่นๆ	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	1	3	1	2	13
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	3.3	10.0	3.3	6.7	43.3
รวม	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	1	1	0	0	0
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	3.3	3.3	0	0	0
รวม	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	30	30	30	30	30
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีสถานภาพเป็นลูกจ้าง และมีสถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาเป็นอันดับ 2 คือ ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 10 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และมีสถานภาพเป็นลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และมีสถานภาพเป็นลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 6.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.7 และมีสถานภาพเป็นลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทร้าน

ระดับการศึกษา	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	3	0	0	0
	10.0	10.0	0	0	0
มัธยมศึกษา / ปวช.	11	6	10	12	11
	36.7	20.0	33.3	40.0	36.7
อนุปริญญา / ปวส.	7	5	12	7	12
	23.3	16.7	40.0	23.3	40.0
ปริญญาตรี	8	16	8	10	7
	26.7	53.3	26.7	33.3	23.3
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0	0	1	0
	3.3	0	0	3.3	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านค้าก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีการศึกษา
ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระดับมัธยมศึกษา / ปวช. คิดเป็นร้อยละ
20.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านค้าก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร มีการศึกษา
ระดับอนุปริญญา / ปวส. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระดับมัธยมศึกษา /
ปวช. คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านค้าก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา /
ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ
รองลงมาอันดับ 3 คือ ระดับอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านค้าก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีการศึกษาระดับ
อนุปริญญา / ปวส. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.
คิดเป็นร้อยละ 36.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับอาชีพ จำแนกตามประเภทร้าน

อาชีพ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	0	0	1	0
	3.3	0	0	3.3	0
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ	12	17	28	18	14
	40.0	56.7	93.3	60.0	46.7
อาชีพอิสระ	8	7	1	7	9
	26.7	23.3	3.3	23.3	30.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	7	5	0	2	2
	23.3	16.7	0	6.7	6.7
นักเรียน / นักศึกษา	2	1	1	2	5
	6.7	3.3	3.3	6.7	16.7
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ แม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ แม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 93.3 และมีอาชีพอิสระ และนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ แม่บ้าน / พ่อบ้าน และนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.7 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับรายได้โดยรวม จำแนกตามประเภทร้าน

รายได้โดยรวม (ต่อเดือน)	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท ต่อเดือน	1	1	0	0	0
	3.3	3.3	0	0	0
3,001-10,000 บาท	10	3	1	8	8
	33.3	10.0	3.3	26.7	26.7
10,001-25,000 บาท	4	6	10	4	4
	13.3	20.0	33.3	13.3	13.3
25,001-40,000 บาท	7	4	5	10	12
	23.3	13.3	16.7	33.3	40.0
40,001-55,000 บาท	3	5	4	5	4
	10.0	16.7	13.3	16.7	13.3
มากกว่า 55,000 บาท	5	11	10	3	2
	16.7	36.7	33.3	10.0	6.7
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวหาบแร่แฝงลอย มีรายได้ โดยรวม 3,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มากกว่า 55,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ มีรายได้โดยรวม มากกว่า 55,000 ขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 10,001 – 25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 40,001 – 55,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเต๋วบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร มีรายได้ โดยรวม 10,001 – 25,000 บาทต่อเดือนและมากกว่า 55,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน รองลงมาอันดับ 2 คือ 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 40,001 – 55,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.3

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเต๋วแฟรนไชส์ มีรายได้โดยรวม 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ 3,001 – 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 40,001 – 55,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มร้านก๋วยเต๋วในห้างสรรพสินค้า มีรายได้โดยรวม 25,001 – 40,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ 3,001 – 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 10,001 – 25,000 บาทต่อเดือน และ 40,001 – 55,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 ราย ได้ผลดังตารางที่ 8 – 16

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่เลือกซื้อ

ยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	จำนวน	ร้อยละ	เรียงลำดับความสำคัญ
อิสริยะผล	99	66.0	1
แสงประทีป	18	12.0	4
เส้นทิพย์	7	4.7	5
เจริญผล	2	1.3	7
ช เสวย	24	16.0	3
ดอกบัว	6	4.0	6
มหาชัย	6	4.0	6
ปิ่นเพชร	0	0.0	8
เบอร์ 1	29	19.3	2
อื่นๆ	2	1.3	7

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 150 ราย

2. ระบุยี่ห้อได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาอันดับ 2 เป็นยี่ห้อเบอร์ 1 คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาอันดับ 3 เป็นยี่ห้อ ช เสวย คิดเป็นร้อยละ 16.0 รองลงมาอันดับ 4 เป็นยี่ห้อแสงประทีป คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมาอันดับ 5 เป็นยี่ห้อเส้นทิพย์ คิดเป็นร้อยละ 4.7 รองลงมาอันดับ 6 เป็นยี่ห้อดอกบัวและมหาชัย คิดเป็นร้อยละ 4.0 รองลงมาอันดับ 7 เป็นยี่ห้ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3 และยี่ห้อที่ไม่มีผู้เลือกซื้อ คือ ยี่ห้อปิ่นเพชร คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว

ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว (ต่อ กิโลกรัม)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 บาท	0	0.0
11 – 15 บาท	0	0.0
16 – 20 บาท	0	0.0
21 – 25 บาท	4	2.7
26 – 30 บาท	118	78.7
31 – 35 บาท	28	18.7
มากกว่า 35 บาท	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมาอันดับสอง คือ ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 21 – 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ผลิต

สถานที่ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ซื้อทราบสถานที่ผลิต	80	53.3
ผู้ซื้อไม่ทราบสถานที่ผลิต	70	46.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 53.3 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบสถานที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย

แหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
โรงงานผู้ผลิต	10	6.7
ตลาดค้าส่ง	107	71.3
ตลาดใกล้บ้าน	33	22.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงอันดับ 2 คือ ตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ โรงงานผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับหลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย

หลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ	เรียงลำดับความสำคัญ
ราคายุติธรรม	62	41.3	5
ระยะทางใกล้	51	34.0	6
ความสะดวก	130	86.7	1
ความสะอาด	106	70.7	2
มีการให้สินเชื่อ	5	3.3	9
มีความน่าเชื่อถือ	89	59.3	3
มีบริการส่งถึงที่	20	13.3	7
สามารถเลือกสินค้าได้	77	51.3	4
รู้จักกับผู้ชาย	14	9.3	8

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 150 ราย
2. ระบุหลักในการเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหลักที่ใช้ในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาอันดับ 3 คือ มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาอันดับ 4 คือ สามารถเลือกสินค้าได้ คิดเป็นร้อยละ 51.3 และรองลงมาอันดับ 5 คือ ราคายุติธรรม คิดเป็นร้อยละ 41.3

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อ

ปริมาณที่ซื้อ (ต่อครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 กิโลกรัม	30	20.0
5 – 10 กิโลกรัม	64	42.7
11 – 20 กิโลกรัม	54	36.0
21 – 30 กิโลกรัม	2	1.3
31 – 40 กิโลกรัม	0	0.0
41 – 50 กิโลกรัม	0	0.0
มากกว่า 50 กิโลกรัม	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จะซื้อในปริมาณ 5 – 10 กิโลกรัมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 11 – 20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 36.0 และรองลงมา อันดับ 3 คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อาทิตย์ละครั้ง	0	0.0
อาทิตย์ละ 2 ครั้ง	0	0.0
อาทิตย์ละ 3 ครั้ง	0	0.0
วันเว้นวัน	21	14.0
ทุกวัน	129	86.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกความถี่ในการซื้อมากที่สุด คือ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 86.0 และรองลงมาอันดับ 2 คือ วันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
วางเงินสดค่าประกัน	2	1.3
จ่ายเงินสด	146	97.4
ชำระภายใน 1 – 2 วัน	2	1.3
ชำระภายใน 3 – 5 วัน	0	0.0
ชำระภายใน 6 – 7 วัน	0	0.0
ชำระภายในระยะเวลามากกว่า 7 วัน	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกวิธีในการชำระเงินมากที่สุด คือ จ่ายเงินสด คิดเป็นร้อยละ 97.4 และรองลงมาอันดับ 2 เป็นการวางเงินสดค่าประกันและชำระภายใน 1 – 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 16 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	เรียงลำดับความสำคัญ
ตนเอง	133	88.7	1
สามี / ภรรยา	54	36.0	2
บิดา / มารดา	10	6.7	5
บุตร	6	4.0	6
เพื่อน /ญาติ	16	10.7	4
ลูกค้า	43	28.7	3
พ่อค้าคนกลาง	4	2.7	7

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 150 ราย
2. ระบุบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาอันดับ 2 เป็นสามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 36 และรองลงมาอันดับ 3 เป็นลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 28.7

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน ได้ผลดังตารางที่ 17 – 25

ตารางที่ 17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว ทานแร่แสงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
อิสริยะผล	14	24	26	16	19
	46.7	80.0	86.7	53.3	63.3
แสงประทีป	6	4	2	2	4
	20.0	13.3	6.7	6.7	13.3
เส้นทิพย์	2	1	0	3	1
	6.7	3.3	0	10.0	3.3
เจริญผล	1	0	0	1	0
	3.3	0	0	3.3	0
ช เสวย	10	6	0	5	3
	33.3	20.0	0	16.7	10.0
ดอกบัว	3	0	0	3	0
	10.0	0	0	10.0	0
มหาชัย	2	1	0	2	1
	6.7	3.3	0	6.7	3.3
ปิ่นเพชร	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
เบอร์ 1	8	2	4	8	7
	26.7	6.7	13.3	26.7	23.3

ตารางที่ 17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน (ต่อ)

ยี่ห้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
อื่นๆ	1	0	0	0	1
	3.3	0	0	0	3.3

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามประเภทละ 30 ราย
2. ระบุยี่ห้อได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย เลือกซื้อเส้นก๋วยเต๋วยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ยี่ห้อ ช เสวย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ยี่ห้อเบอร์ 1 คิดเป็นร้อยละ 26.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ เลือกซื้อเส้นก๋วยเต๋วยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ยี่ห้อ ช เสวย คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ยี่ห้อแสงประทีป คิดเป็นร้อยละ 13.3

ร้านก๋วยเต๋วยบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร เลือกซื้อเส้นก๋วยเต๋วยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ยี่ห้อเบอร์ 1 คิดเป็นร้อยละ 13.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ยี่ห้อแสงประทีป คิดเป็นร้อยละ 6.7

ร้านก๋วยเต๋วยแฟรนไชส์ เลือกซื้อเส้นก๋วยเต๋วยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ยี่ห้อเบอร์ 1 คิดเป็นร้อยละ 26.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ช เสวย คิดเป็นร้อยละ 16.7

ร้านก๋วยเต๋วยในห้างสรรพสินค้า เลือกซื้อเส้นก๋วยเต๋วยี่ห้ออิสริยะผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ยี่ห้อเบอร์ 1 คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ยี่ห้อแสงประทีป คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 18 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยว (ต่อกิโลกรัม)	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ต่ำกว่า 10 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	0	0	0	0	0
11 – 15 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	0	0	0	0	0
16 – 20 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	0	0	0	0	0
21 – 25 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	2	2	0	0	0
26 – 30 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	6.7	6.7	0	0	0
31 – 35 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	25	24	26	22	21
มากกว่า 35 บาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	83.3	80.0	86.7	73.3	70.0
รวม	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	3	4	4	8	9
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	10.0	13.3	13.3	26.7	30.0
รวม	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	0	0	0	0	0
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	0	0	0	0	0
รวม	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	30	30	30	30	30
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 21 – 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 21 – 25 บาทเป็นอันดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 6.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.7 และที่ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.3 และที่ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ราคา 26 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.0 และที่ราคา 31 – 35 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 19 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่ผลิต จำแนกตามประเภทร้าน

สถานที่ผลิต	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ผู้ซื้อที่ทราบสถานที่ผลิต	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	12	22	16	15	15
ผู้ซื้อไม่ทราบสถานที่ผลิต	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	40.0	73.3	53.3	50.0	50.0
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	18	8	14	15	15
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	60.0	26.7	46.7	50.0	50.0
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	30	30	30	30	30
รวม	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่ไม่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 60.0 และที่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 40.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 73.3 และที่ไม่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 26.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 53.3 และที่ไม่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 46.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ที่ทราบและไม่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็นร้อยละ 50.0 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ที่ทราบและไม่ทราบสถานที่ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว คิดเป็น ร้อยละ 50.0 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย จำแนกตาม ประเภทร้าน

แหล่งจำหน่าย	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
โรงงานผู้ผลิต	0	5	1	1	3
	0	16.7	3.3	3.3	10.0
ตลาดค้าส่ง	20	19	28	20	20
	66.7	63.3	93.3	66.7	66.7
ตลาดใกล้บ้าน	10	6	1	9	7
	33.3	20.0	3.3	30.0	23.3
อื่นๆ	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรองลงมาอันดับ 2 คือ ตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 20. และรองลงมาอันดับ 3 คือ โรงงานผู้ผลิตเป็น คิดเป็นร้อยละ 16.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 93.3 และรองลงมาอันดับ 2 คือ โรงงานผู้ผลิต และตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ โรงงานผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวจากตลาดค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ตลาดใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ โรงงานผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 10.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับหลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย
จำแนกตามประเภทร้าน

หลักในการเลือกแหล่งจำหน่าย	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ราคายุติธรรม	16	18	5	13	10
	53.3	60.0	16.7	43.3	33.3
ระยะทางใกล้	15	11	3	12	10
	50.0	36.7	10.0	40.0	33.3
ความสะอาด	27	24	23	28	28
	90.0	80.0	76.7	93.3	93.3
ความสะอาด	16	23	25	18	24
	53.3	76.7	83.3	60.0	80.0
มีการให้สินเชื่	0	2	1	1	1
	0	6.7	3.3	3.3	3.3
มีความน่าเชื่อถือ	7	16	28	14	24
	23.3	53.3	93.3	46.7	80.0
มีบริการส่งถึงที่	3	9	1	3	4
	10.0	30.0	3.3	10.0	13.3
สามารถเลือกสินค้าได้	13	13	18	13	20
	43.3	43.3	60.0	43.3	66.7
รู้จักกับผู้ชาย	4	3	1	5	1
	13.3	10.0	3.3	16.7	3.3
อื่นๆ	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามประเภทละ 30 ราย

2. ระบุหลักในการเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 21 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาวเร่แผงลอย ให้ความสำคัญกับหลักการเลือกแหล่งจำหน่ายในด้านความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ราคา ยุติธรรม และความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 53.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะทางใกล้ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญกับหลักการเลือกแหล่งจำหน่ายในด้านความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 76.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ราคายุติธรรม คิดเป็นร้อยละ 60.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญกับหลักการเลือกแหล่งจำหน่ายในด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 83.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 76.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญกับหลักการเลือกแหล่งจำหน่ายในด้านความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 60.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 46.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญกับหลักการเลือกแหล่งจำหน่ายในด้านความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาด และมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 80.0 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน และรองลงมาอันดับ 3 คือ สามารถเลือกสินค้าได้ คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 22 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปริมาณที่ซื้อ จำแนกตามประเภทร้าน

ปริมาณที่ซื้อ (ต่อครั้ง)	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
น้อยกว่า 5 กิโลกรัม	11	4	1	9	5
	36.7	13.3	3.3	30.0	16.7
5 – 10 กิโลกรัม	9	10	17	10	18
	30.0	33.3	56.7	33.3	60.0
11 – 20 กิโลกรัม	10	15	12	11	6
	33.3	50.0	40.0	36.7	20.0
21 – 30 กิโลกรัม	0	1	0	0	1
	0	3.3	0	0	3.3
31 – 40 กิโลกรัม	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
41 – 50 กิโลกรัม	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
มากกว่า 50 กิโลกรัม	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

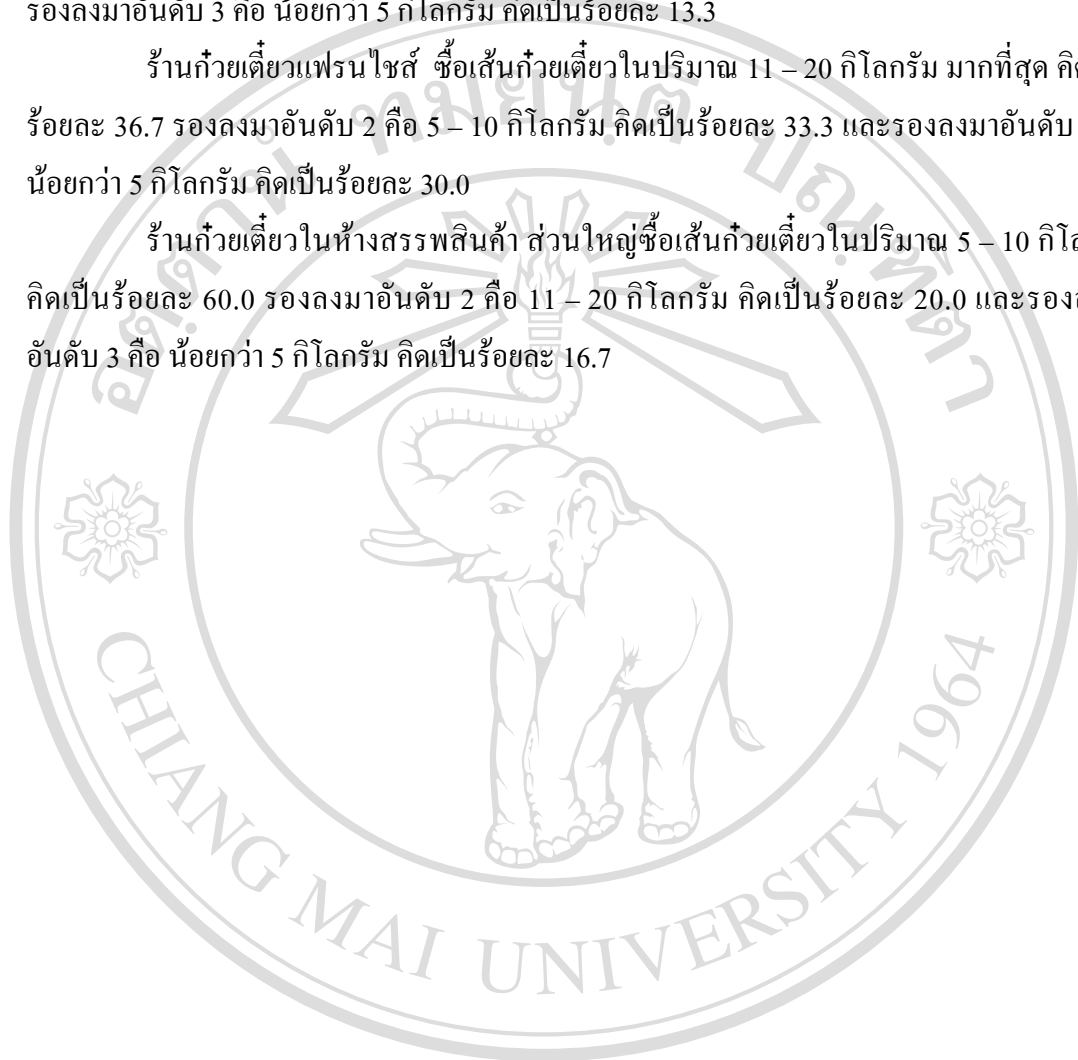
จากตารางที่ 22 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวในปริมาณน้อยกว่า 5 กิโลกรัม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 11 – 20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ 5 – 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 30.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวในปริมาณ 11 – 20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ 5 – 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านกล้วยเดี่ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นกล้วยเดี่ยวในปริมาณ 5 – 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 11 – 20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 40.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 13.3

ร้านกล้วยเดี่ยวแฟรนไชส์ ซื้อเส้นกล้วยเดี่ยวในปริมาณ 11 – 20 กิโลกรัม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ 5 – 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 30.0

ร้านกล้วยเดี่ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ซื้อเส้นกล้วยเดี่ยวในปริมาณ 5 – 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ 11 – 20 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 16.7



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อ จำแนกตามประเภทร้าน

ความถี่ในการซื้อ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
อาทิตย์ละครั้ง	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
อาทิตย์ละ 2 ครั้ง	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
อาทิตย์ละ 3 ครั้ง	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
วันเว้นวัน	7	2	1	5	6
	23.3	6.7	3.3	16.7	20.0
ทุกวัน	23	28	29	25	24
	76.7	93.3	96.7	83.3	80.0
อื่นๆ	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 76.7 และซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 23.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 96.7 และซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ร้านค้าเดียวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าด้วยตัวทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และซื้อวันเว้นวัน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน จำแนกตามประเภทร้าน

วิธีการชำระเงิน	ประเภทร้านค้าเดียว				
	ร้านค้าเดียว หาบเร่แผงลอย	ร้านค้าเดียว ในอาคารพาณิชย์	ร้านค้าเดียวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านค้าเดียว แฟรนไชส์	ร้านค้าเดียว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
วางเงินสดค่าประกัน	0 0	1 3.3	1 3.3	0 0	0 0
จ่ายเงินสด	30 100.0	28 93.3	29 96.7	30 100.0	29 96.7
ชำระภายใน 1 – 2 วัน	0 0	1 3.3	0 0	0 0	1 3.3
ชำระภายใน 3 – 5 วัน	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
ชำระภายใน 6 – 7 วัน	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
ชำระภายในระยะเวลามากกว่า 7 วัน	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
อื่นๆ	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
รวม	30 100.0	30 100.0	30 100.0	30 100.0	30 100.0

จากตารางที่ 24 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยทั้งหมด มีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 100.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 93.3 และรองลงมาอันดับ 2 คือ วางเงินสดค้ำประกัน และชำระภายใน 1 – 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ส่วนใหญ่มีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 96.7 และรองลงมาอันดับ 2 คือ ชำระเงินด้วยการวางเงินสดค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ทั้งหมด มีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 100.0

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 96.7 และรองลงมาอันดับ 2 คือ ชำระเงินด้วยการวางเงินสดค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 25 จำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ
จำแนกตามประเภทร้าน

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ตนเอง	25	24	29	26	29
	83.3	80.0	96.7	86.7	96.7
สามี / ภรรยา	5	9	18	9	13
	16.7	30.0	60.0	30.0	43.3
บิดา / มารดา	1	5	3	0	1
	3.3	16.7	10.0	0	3.3
บุตร	0	1	3	1	1
	0	3.3	10.0	3.3	3.3
เพื่อน / ญาติ	1	3	4	4	4
	3.3	10.0	13.3	13.3	13.3
ลูกค้า	5	10	9	5	14
	16.7	33.3	30.0	16.7	46.7
พ่อค้าคนกลาง	1	1	0	2	0
	3.3	3.3	0	6.7	0

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามประเภทละ 30 ราย
2. ระบุนักบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว
หาบเร่แผงลอยมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ สามี / ภรรยา และ
ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 16.7 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน และรองลงมาอันดับ 3 คือ บิดา / มารดา และ
พ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

สำหรับร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเส้น
ก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาอันดับ

2 คือ ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 30.0

สำหรับร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ สามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 60.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 30.0

สำหรับร้านก๋วยเตี๋ยวเฟรนไชส์ พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ สามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 30.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 16.7

สำหรับร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมาอันดับ 2 คือ ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 46.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 43.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 ราย ได้ผลดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.72	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.68	มาก	5
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.70	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37	ปานกลาง	6
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	3.71	มาก	3
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	3.99	มาก	1
ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	3.13	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 โดยให้ความสำคัญระดับมากสำหรับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
รสชาติ	4.35	มาก	4
ความสด ใหม่	4.62	มากที่สุด	2
ความสะอาด และความปลอดภัยในการบริโภค	4.66	มากที่สุด	1
สีส้มของเส้นก๋วยเตี๋ยว	3.68	มาก	7
ไม่ใส่วัตถุกันเสีย	3.99	มาก	6
มีการระบุผู้ผลิต และตราหือชัดเจน	3.68	มาก	7
ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตและตราหือ	3.53	มาก	9
มีการระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.61	มาก	8
มีการระบุส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.33	ปานกลาง	11
มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	4.23	มาก	5
สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน	3.47	ปานกลาง	10
มีขนาดบรรจุหลากหลาย	2.87	น้อย	12
บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลาย	2.56	น้อย	13
บรรจุภัณฑ์มีสีสันสวยงาม	2.56	น้อย	13
เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว (เหนียว นุ่ม)	4.59	มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.72	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 ให้ความสำคัญต่อความสะอาด และความปลอดภัยในการบริโภคเป็นอันดับแรก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมาตามลำดับ คือ ความสด ใหม่ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านราคา			
สินค้ามีราคาถูก	3.63	มาก	4
สินค้ามีราคางünstig	3.68	มาก	3
สินค้ามีหลายราคาให้เลือก	3.21	ปานกลาง	6
สามารถต่อรองราคาได้	3.46	ปานกลาง	5
มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.69	มาก	2
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.41	มาก	1
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	3.68	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สินค้ามีราคางünstig ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย			
สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก	3.87	มาก	2
มีความคุ้นเคยกับผู้ขาย	3.46	ปานกลาง	5
สามารถสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์	3.37	ปานกลาง	6
สามารถสั่งซื้อสินค้ามาก-น้อยตามต้องการ	3.67	มาก	4
มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย	3.84	มาก	3
สินค้าที่ได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ	3.98	มาก	1
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.70	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 ให้ความสำคัญในด้านสินค้าที่ได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ เป็นอันดับแรก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาอันดับ 2 คือ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
มีการให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ซื้อ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่, การปรับราคา, การส่งเสริมการขาย เป็นต้น	3.65	มาก	2
มีการให้ส่วนลด หรือแถมสินค้า	3.55	มาก	3
มีการแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ	2.97	ปานกลาง	5
มีการขายแบบให้สินเชื่	2.86	ปานกลาง	6
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่	3.49	ปานกลาง	4
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.23	มาก	1
โรงงานผู้ผลิตมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม	2.85	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37	ปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37 ให้ความสำคัญในด้านการรับประกันคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาอันดับ 2 คือ การให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ซื้อ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับราคา การส่งเสริมการขาย เป็นต้น ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และรองลงมาอันดับ 3 คือ การให้ส่วนลดหรือแถมสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน			
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต	3.57	มาก	2
ทำเล และสถานที่ตั้ง	3.39	ปานกลาง	4
คุณภาพของสินค้า	4.73	มากที่สุด	1
กระบวนการผลิตสินค้า	3.39	ปานกลาง	4
ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ	3.47	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	3.71	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงานโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาอันดับ 2 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ และให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต และทำเล สถานที่ตั้ง เป็นอันดับสุดท้าย ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย			
ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ	3.85	มาก	4
ผู้ขายมีความคุ้นเคยกับผู้ซื้อ	3.55	มาก	5
ผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการ	4.13	มาก	2
ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ	4.32	มาก	1
ผู้ขายมีบรรยากาศ และรับฟังที่ดี	4.07	มาก	3
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	3.99	มาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายทุกปัจจัยระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาอันดับ 2 คือ ผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีบรรยากาศ และรับฟังที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้			
มีระยะเวลาในการชำระหนี้สั้นกว่ารายอื่น	2.81	ปานกลาง	4
ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้	2.91	ปานกลาง	3
ไม่มีการลดค่าสั่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้า	3.40	ปานกลาง	1
มีการแจ้งล่วงหน้า เมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้	3.38	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	3.13	ปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 ให้ความสำคัญในด้านไม่มีการลดค่าสั่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาอันดับ 2 คือ การแจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทร้าน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว โดยจำแนกตามประเภทร้าน ได้ผลดังตารางที่ 34 – 41

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านการตลาด	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65	3.69	3.77	3.84	3.64
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.68	3.66	3.72	3.76	3.58
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.69	3.83	3.71	3.7	3.56
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38	3.35	3.39	3.55	3.19
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	3.76	3.76	3.65	3.83	3.56
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย	4.21	3.99	3.95	4.03	3.75
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	3.09	3.04	3.23	3.27	3.00
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	3.62	3.63	3.71	3.47
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย

และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ
เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
รสชาติ	4.37	4.40	4.17	4.43	4.40
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ความสด ใหม่	4.60	4.67	4.63	4.67	4.53
	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
ความสะอาด และความปลอดภัยในการบริโภค	4.63	4.60	4.73	4.73	4.60
	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
สีส้มของเส้นก๋วยเตี๋ยว	3.73	3.60	3.70	3.90	3.47
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ไม่ใส่วัตถุกันเสีย	4.10	4.00	4.07	4.00	3.80
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการระบุผู้ผลิต และตราชี้ห่อชัดเจน	3.63	3.63	3.67	3.97	3.50
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตและตราชี้ห่อ	3.50	3.60	3.67	3.67	3.20
	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.43	3.47	3.80	3.90	3.43
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการระบุส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.13	3.33	3.50	3.57	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	4.07	4.23	4.43	4.20	4.23
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน	3.37 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.67 มาก	3.50 ปานกลาง
มีขนาดบรรจุหลากหลาย	2.50 ปานกลาง	2.80 มาก	3.00 มาก	2.87 มาก	3.20 มาก
บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลาย	2.53 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.80 ปานกลาง	2.43 น้อย
บรรจุภัณฑ์มีสีสวยงาม	2.70 ปานกลาง	2.60 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.83 ปานกลาง	2.30 น้อย
เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว (เหนียว นุ่ม)	4.40 มาก	4.57 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.43 มาก	4.80 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65 มาก	3.69 มาก	3.77 มาก	3.84 มาก	3.64 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย

และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65 ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภคเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสด ใหม่ โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และรองลงมาอันดับ 3 คือ เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 ให้ความสำคัญในด้านความสด ใหม่ เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และรองลงมาอันดับ 3 คือ เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ร้านก๋วยเตี๋ยวยริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภค และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสด ใหม่ โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และรองลงมาอันดับ 3 คือ การมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 ให้ความสำคัญในด้านความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภคเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสด ใหม่ โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และรองลงมาอันดับ 3 คือ รสชาติ และเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 ให้ความสำคัญในด้านเนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยวเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 รองลงมาอันดับ 2 คือ ความสะอาดและความปลอดภัยในการบริโภคเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ความสด ใหม่ โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
สินค้ามีราคาถูก	3.53	3.47	3.77	3.63	3.77
	มาก	ปาน กลาง	มาก	มาก	มาก
สินค้ามีราคาคงที่	3.63	3.70	3.67	3.93	3.47
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปาน กลาง
สินค้ามีหลายราคาให้เลือก	3.30	3.17	3.20	3.23	3.17
	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
สามารถต่อรองราคาได้	3.57	3.50	3.47	3.50	3.27
	มาก	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.83	3.80	3.60	3.87	3.33
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปาน กลาง
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.23	4.33	4.63	4.37	4.50
	มาก	มาก	มาก ที่สุด	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	3.68	3.66	3.72	3.76	3.58
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย
และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่งแพร่กระจายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาอันดับ 2 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สินค้ามีราคาคงที่ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาอันดับ 2 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สินค้ามีราคาคงที่ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมาอันดับ 2 คือ สินค้ามีราคาถูก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สินค้ามีราคาคงที่ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาอันดับ 2 คือ สินค้ามีราคาคงที่ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และรองลงมาอันดับ 3 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58 ให้ความสำคัญในด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาอันดับ 2 คือ สินค้ามีราคาถูก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สินค้ามีราคาคงที่ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก	4.07	4.10	3.50	3.83	3.87
	มาก	มาก	ปาน กลาง	มาก	มาก
มีความคุ้นเคยกับผู้ขาย	3.53	3.60	3.57	3.33	3.27
	มาก	มาก	มาก	ปาน กลาง	ปาน กลาง
สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์	3.13	3.50	3.53	3.37	3.30
	ปาน กลาง	ปาน กลาง	มาก	ปาน กลาง	ปาน กลาง
สามารถสั่งซื้อสินค้ามาก-น้อยตามต้องการ	3.73	3.80	3.70	3.77	3.33
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปาน กลาง
มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย	3.77	3.93	3.90	3.90	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
สินค้าที่ได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ	3.90	4.07	4.07	4.00	3.87
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.69	3.83	3.71	3.70	3.56
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 ให้ความสำคัญในด้านสถานที่จำหน่ายมีความสะดวกเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาอันดับ 2 คือ

สินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ให้ความสำคัญในด้านสถานที่จำหน่ายมีความสะดวกเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาอันดับ 2 คือ สินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 ให้ความสำคัญในด้านสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สามารถสั่งซื้อสินค้ามาก – น้อยตามต้องการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 ให้ความสำคัญในด้านสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 ให้ความสำคัญในด้านสถานที่จำหน่ายมีความสะดวก และสินค้าได้รับตรงตามคำสั่งซื้อเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และรองลงมาอันดับ 3 คือ สามารถสั่งซื้อสินค้ามาก – น้อยตามต้องการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้า หรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
มีการให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาดกับผู้ซื้อ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่, การปรับราคา, การส่งเสริมการขาย เป็นต้น	3.70	3.57	3.57	3.87	3.57
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการให้ส่วนลด หรือแถมสินค้า	3.70	3.73	3.57	3.63	3.10
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการแจกของขวัญใน โอกาสสำคัญต่างๆ	3.03	2.90	2.97	3.07	2.87
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการขายแบบให้สินเชื่	2.70	2.70	3.07	3.03	2.80
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่	3.20	3.43	3.70	3.63	3.50
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.13	4.17	4.13	4.40	4.33
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
โรงงานผู้ผลิตมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม	3.17	2.93	2.73	3.20	2.20
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38	3.35	3.39	3.55	3.19
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย

และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต	3.73 มาก	3.73 มาก	3.37 ปานกลาง	3.77 มาก	3.27 ปานกลาง
ทำเล และสถานที่ตั้ง	3.50 มาก	3.37 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	4.60 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.87 มากที่สุด
กระบวนการผลิตสินค้า	3.47 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.63 มาก	3.17 ปานกลาง
ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ	3.50 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.57 มาก	3.53 มาก	3.23 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	3.76 มาก	3.76 มาก	3.65 มาก	3.83 มาก	3.56 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย

และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงานโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาอันดับ 2 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และรองลงมา

อันดับ 3 คือ ทำเลและสถานที่ตั้ง และระบบการจัดจำหน่ายและบริการ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาอันดับ 2 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ร้านก๋วยเต๋วยบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาอันดับ 2 คือ ระบบการจัดจำหน่ายและบริการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ร้านก๋วยเต๋วยแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมาอันดับ 2 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และรองลงมาอันดับ 3 คือ กระบวนการผลิตสินค้า โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ร้านก๋วยเต๋วยในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน โดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 รองลงมาอันดับ 2 คือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต และทำเลและสถานที่ตั้ง โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระบบการจัดจำหน่ายและการบริการ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ	4.10	4.00	3.50	3.90	3.77
	มาก	มาก	ปาน กลาง	มาก	มาก
ผู้ขายมีความคุ้นเคยกับผู้ซื้อ	3.83	3.50	3.50	3.67	3.27
	มาก	ปาน กลาง	ปาน กลาง	มาก	ปาน กลาง
ผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการ	4.40	4.10	4.17	4.17	3.80
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ	4.37	4.23	4.47	4.33	4.20
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ผู้ขายมีอัธยาศัย และรับฟังที่ดี	4.37	4.10	4.10	4.10	3.70
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	4.21	3.99	3.95	4.03	3.75
ของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย

และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ให้ความสำคัญในด้านผู้ขายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาอันดับ 2 คือ ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ และผู้ขายมีอัธยาศัยและรับฟังที่ดี โดยให้

ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อบริการด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ให้ความสำคัญในด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาอันดับ 2 คือ ผู้ขายมีความจริงใจและเต็มใจบริการ และผู้ขายมีทัศนคติและรับฟังที่ดี โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อบริการด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ให้ความสำคัญในด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมาอันดับ 2 คือ ผู้ขายมีความจริงใจและเต็มใจบริการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีทัศนคติและรับฟังที่ดี โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อบริการด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ให้ความสำคัญในด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมาอันดับ 2 คือ ผู้ขายมีจริงใจและเต็มใจบริการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีทัศนคติและรับฟังที่ดี โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อบริการด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขายโดยรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 ให้ความสำคัญในด้านผู้ขายมีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีความจริงใจ และเต็มใจบริการ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ผู้ขายมีกิริยาวาจาไพเราะ โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
มีระยะเวลาในการชำระหนี้ นานกว่ารายอื่น	2.77 ปานกลาง	2.27 น้อย	2.90 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง
ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้	2.87 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	2.80 ปานกลาง
ไม่มีการลดค่าสั่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้า	3.47 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.57 มาก	3.53 มาก	3.10 ปานกลาง
มีการแจ้งล่วงหน้า เมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้	3.27 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.53 มาก	3.40 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	3.09 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.5 = ปานกลาง, 1.51 – 2.50 = น้อย และ 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาบเร่แผงลอย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.09 ให้ความสำคัญในด้านไม่มีการลดค่าสั่งซื้อ โดยไม่แจ้งล่วงหน้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.04 ให้ความสำคัญในด้านไม่มีการลดค่าตั้งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.23 ให้ความสำคัญในด้านไม่มีการลดค่าตั้งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้าเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมาอันดับ 2 คือ มีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

ร้านก๋วยเตี๋ยวแฟรนไชส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27 ให้ความสำคัญในด้านไม่มีการลดค่าตั้งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้า และมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน รองลงมาอันดับ 2 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และรองลงมาอันดับ 3 คือ มีระยะเวลาในการชำระหนี้สั้นกว่ารายอื่น โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้ โดยรวมระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00 ให้ความสำคัญในด้านมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการชำระหนี้เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาอันดับ 2 คือ ไม่มีการลดค่าตั้งซื้อโดยไม่แจ้งล่วงหน้า โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ระยะเวลาในการชำระหนี้สามารถยืดหยุ่นได้ โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 150 ราย ได้ผลดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 จำนวน และร้อยละ ของปัญหาปัจจัยด้านการตลาดที่พบในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว

ปัจจัยด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ	เรียงลำดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	134	89.3	1
ปัจจัยด้านราคา	6	4.0	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4	2.7	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4	2.7	3
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	0	0	5
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	2	1.3	4
ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	0	0	5

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่สด ไม่ปลอดภัย เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 89.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา เช่น ราคาไม่แน่นอน ปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง ต่อรองราคาไม่ได้ ไม่มีส่วนลดในการซื้อ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 4.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เช่น ไม่มีบริการจัดส่งถึงที่ จัดส่งสินค้าไม่ทันตามกำหนด หรือสินค้าไม่ครบตามที่สั่ง เป็นต้น และการส่งเสริมการตลาด เช่น ผู้ขายไม่มีการให้ข้อมูลทางการตลาด เช่น แจกการปรับราคา และการส่งเสริมการขายต่างๆ ให้กับผู้ซื้อ หรือผู้ขายไม่ให้คืน หรือเปลี่ยนสินค้า เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 2.7

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ปัญหาสำคัญในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว ในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ จำแนกตามประเภทร้าน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อ
เส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน ได้ผลดังตารางที่ 43

ตารางที่ 43 จำนวน และร้อยละ ของปัญหาปัจจัยด้านการตลาดที่พบในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว
ของร้านก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามประเภทร้าน

ปัจจัยด้านการตลาด	ประเภทร้านก๋วยเตี๋ยว				
	ร้านก๋วยเตี๋ยว หาบเร่แผงลอย	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในอาคารพาณิชย์	ร้านก๋วยเตี๋ยวบริเวณ หน้าหรือข้างอาคาร	ร้านก๋วยเตี๋ยว แฟรนไชส์	ร้านก๋วยเตี๋ยว ในห้างสรรพสินค้า
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	25	27	29	25	28
	83.3	90.0	96.7	83.3	93.3
ปัจจัยด้านราคา	1	0	1	3	1
	3.3	0	3.3	10.0	3.3
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	2	2	0	0	0
	6.7	6.7	0	0	0
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1	0	0	2	1
	3.3	0	0	6.7	3.3
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงงาน	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ - ผู้ขาย	1	1	0	0	0
	3.3	3.3	0	0	0
ปัจจัยด้านระยะเวลาในการชำระหนี้	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
รวม	30	30	30	30	30
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวหาวแร่แฝงลอย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน

ร้านก๋วยเตี๋ยวในอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ – ผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวจังหวัดหน้า หรือข้างอาคาร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 96.7 และรองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 3.3

ร้านก๋วยเตี๋ยวแพรนไซส์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 10.0 และรองลงมาอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 6.7

ร้านก๋วยเตี๋ยวในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตลาดที่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของร้านก๋วยเตี๋ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 93.3 และรองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.3 ที่ระดับความสำคัญเท่ากัน