

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัท จอมพันธ์ กรู๊ป จำกัด ได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ราย และได้ดำเนินการวิเคราะห์รวมทั้งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในลักษณะคำอธิบายประกอบตาราง และแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ในส่วนนี้จะพิจารณาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในสถานประกอบการ ประเภทกิจการ ระยะเวลาดำเนินกิจการ มุมเหตุจูงใจ ตั้งแต่ตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกของบริษัท จอมพันธ์ กรู๊ป จำกัด

ประกอบด้วย ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตั้งแต่ตารางที่ 4.8 ถึงตารางที่ 4.12

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหาและข้อเสนอแนะต่อบริษัท จอมพันธ์ กรู๊ป จำกัด

ประกอบไปด้วย ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตั้งแต่ตารางที่ 4.13 ถึงตารางที่ 4.20

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท จอมพันธ์ กรู๊ป จำกัด จำแนกตามข้อมูลทั่วไป ตั้งแต่ตารางที่ 4.21 ถึงตารางที่ 4.74

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	17	38.8
หญิง	28	62.2
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21 – 30 ปี	7	15.6
31 – 40 ปี	21	46.7
41 – 50 ปี	10	22.2
51 – 60 ปี	5	11.1
มากกว่า 60 ปี	2	4.4
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมามีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.2 กลุ่มตัวอย่าง มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.6 กลุ่มตัวอย่าง มีอายุ 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.1 และที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีน้อยสุดเพียงร้อยละ 4.4 เท่านั้น

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนต้น	2	4.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช	6	13.3
อนุปริญญา,ปวส	6	13.3
ปริญญาตรี	24	53.3
สูงกว่าปริญญา	7	15.6
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.6 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช และอนุปริญญา/ปวส มีจำนวนเท่ากัน โดย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ที่เหลือมีการศึกษาซึ่งมีน้อยสุดระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 4.4 เท่านั้น

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	24	53.3
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	16	35.6
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	5	11.1
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างในสถานประกอบการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 53.3 เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ รองลงมาเป็นผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.6 และที่เหลือคือ เจ้าหน้าที่จัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.1

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารแห้ง	22	48.9
ขนมและเบเกอรี่	9	20.0
เครื่องดื่ม	14	31.1
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอาหารแห้ง คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาเป็นเครื่องดื่ม ร้อยละ 31.1 และที่เหลือเป็นขนมและเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	4.4
1-5 ปี	20	44.4
6-10 ปี	16	35.6
มากกว่า 10 ปี	7	15.6
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ พบว่าส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจนาน 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจเป็นเวลา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.6 ดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.6 ที่เหลือนำดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.4

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลเหตุจูงใจในการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท

มูลเหตุจูงใจในการสั่งซื้อสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินค้าขายดีในช่วงนั้น	9	20.0
ซื้อมาเพิ่มเมื่อเห็นว่าสินค้าที่มีอยู่จวนจะหมด	27	60.0
เมื่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทตามไป	7	15.6
อื่น ๆ	2	4.4
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลเหตุจูงใจในการสั่งซื้อสินค้าของบริษัท พบว่าส่วนใหญ่จะสั่งซื้อสินค้ามาเพิ่มเมื่อเห็นว่าสินค้าที่มีอยู่จวนจะหมดถึงร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ สินค้าขายดีในช่วงนั้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 เมื่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทตามไป 15.6 สั่งซื้อสินค้าโดยมูลเหตุจูงใจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดการใช้บรรจุภัณฑ์
พลาสติกของบริษัท จอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัด

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปล ผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
1	ความหลากหลายของสินค้า	8 (17.8)	23 (51.1)	10 (22.2)	4 (8.9)	0 (0.0)	3.78 มาก	2
2	คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า	9 (20.0)	22 (48.9)	14 (31.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89 มาก	1
3	ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	5 (11.1)	18 (40.0)	16 (35.6)	4 (8.9)	2 (4.4)	3.44 ปานกลาง	5
4	เลือกซื้อได้ตามต้องการ	6 (13.3)	21 (46.7)	13 (28.9)	5 (11.1)	0 (0.0)	3.62 มาก	3
5	ลักษณะเฉพาะของสินค้า	6 (13.3)	16 (35.6)	19 (42.2)	4 (8.9)	0 (0.0)	3.53 มาก	4
	รวม						3.65 มาก	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมความ
พึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตาม
ลำดับมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ได้คือคุณภาพ-มาตรฐานสินค้าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความ
หลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เลือกซื้อได้ตามต้องการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะ
เฉพาะของสินค้าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือตราสินค้า
เป็นที่รู้จักค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

All rights reserved

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา

ข้อ	ความพึงพอใจด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
1	ราคาคืนทุนของสินค้า	3 (6.7)	18 (40.0)	23 (51.1)	1 (2.2)	0 (0.0)	3.51 มาก	1
2	ความคงที่ของราคา	5 (11.1)	16 (35.6)	21 (46.7)	3 (6.7)	0 (0.0)	3.51 มาก	1
3	การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย	1 (2.2)	15 (33.3)	21 (46.7)	7 (15.6)	1 (2.2)	3.18 ปานกลาง	4
4	ความหลากหลายของระดับราคา	6 (13.3)	15 (33.3)	19 (42.2)	4 (8.9)	1 (2.2)	3.47 ปานกลาง	2
5	ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3 (6.7)	19 (42.2)	16 (35.6)	7 (15.6)	0 (0.0)	3.40 ปานกลาง	3
6	การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	4 (8.9)	18 (40.0)	15 (33.3)	8 (17.8)	0 (0.0)	3.40 ปานกลาง	3
7	การได้รับส่วนลด	3 (6.7)	9 (20.0)	21 (46.7)	12 (26.7)	0 (0.0)	3.07 ปานกลาง	6
8	ระยะเวลาการชำระเงิน	1 (2.2)	14 (31.1)	19 (42.2)	11 (24.4)	0 (0.0)	3.11 ปานกลาง	5
	รวม						3.33 ปานกลาง	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคาโดยภาพรวมความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีความพึงพอใจในด้านราคาคือราคาคืนทุนของสินค้าและความคงที่ของราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 รองลงมาคือความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้าและการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การต่อรองราคาได้ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
ในด้านช่องทางการจำหน่าย

ข้อ	ความพึงพอใจทางด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปล ผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
1	การตรงเวลาและความรวดเร็ว	6 (13.3)	14 (31.1)	20 (44.4)	5 (11.1)	0 (0.0)	3.47 ปานกลาง	4
2	การจัดส่งในสถานที่ที่ ต้องการ	6 (13.3)	23 (51.1)	11 (24.4)	4 (8.9)	1 (2.2)	3.64 มาก	1
3	การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ บริษัท	3 (6.7)	20 (44.4)	15 (33.3)	6 (13.3)	1 (2.2)	3.40 ปานกลาง	5
4	ความสะดวกในการสั่งซื้อ	2 (4.4)	24 (53.3)	14 (31.1)	5 (11.1)	0 (0.0)	3.51 มาก	2
5	มีสินค้าตอบสนองความ ต้องการ	4 (8.9)	18 (40.0)	19 (42.2)	4 (8.9)	0 (0.0)	3.49 ปานกลาง	3
	รวม						3.50 ปานกลาง	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ การติดต่อเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ความพึงพอใจทางการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย / ความหมาย	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
1	การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	6 (13.3)	16 (35.6)	11 (24.4)	11 (24.4)	1 (2.2)	3.33 ปานกลาง	3
2	ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	6 (13.3)	8 (17.8)	20 (44.4)	11 (24.4)	0 (0.0)	3.20 ปานกลาง	4
3	การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	2 (4.4)	12 (26.7)	21 (46.7)	9 (20.0)	1 (2.2)	3.11 ปานกลาง	5
4	ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่	2 (4.4)	10 (22.2)	23 (51.1)	9 (20.0)	1 (2.2)	3.07 ปานกลาง	6
5	การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย	4 (8.9)	11 (24.4)	16 (35.6)	14 (31.1)	0 (0.0)	3.11 ปานกลาง	5
6	ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	8 (17.8)	15 (33.3)	13 (28.9)	9 (20.0)	0 (0.0)	3.49 ปานกลาง	2
7	ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	7 (15.6)	21 (46.7)	10 (22.2)	7 (15.6)	0 (0.0)	3.62 มาก	1
	รวม						3.28 ปานกลาง	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 รองลงมาคือความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขายซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.11 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือ การมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจรายด้าน

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	มาก	1
ด้านราคา	3.33	ปานกลาง	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.50	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.28	ปานกลาง	4
รวม	3.44	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยภาพรวมความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อด้านพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีความพึงพอใจ ความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความพึงพอใจระดับปานกลางคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหาและข้อเสนอแนะต่อบริษัท จอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัด

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปล ผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
1	สินค้าแตกเปราะง่าย	6 (13.3)	8 (17.8)	13 (28.9)	15 (33.3)	3 (6.7)	2.98 ปานกลาง	1
2	ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	4 (8.9)	11 (24.4)	11 (24.4)	12 (26.7)	7 (15.6)	2.84 ปานกลาง	2
3	ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	4 (8.9)	10 (22.2)	11 (24.4)	15 (33.3)	5 (11.1)	2.84 ปานกลาง	2
4	ความสะอาดของสินค้า	4 (8.9)	10 (22.2)	6 (13.3)	15 (33.3)	10 (22.2)	2.62 ปานกลาง	3
5	ปัญหาการซึมน้ำ	1 (2.2)	5 (11.1)	14 (31.1)	18 (40.0)	7 (15.6)	2.44 น้อย	4
	รวม						2.75 ปานกลาง	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาในระดับปานกลาง คือสินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 รองลงมาคือความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และปัญหาในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

All rights reserved

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านราคา

ข้อ	ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
1	สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	5 (11.1)	9 (20.0)	13 (28.9)	15 (33.3)	3 (6.7)	2.96 ปานกลาง	1
2	ปัญหาในเรื่องการต่อรอง ราคาสินค้าไม่ได้	1 (2.2)	12 (26.7)	8 (17.8)	21 (46.7)	3 (6.7)	2.71 ปานกลาง	2
3	เงื่อนไขการชำระเงินไม่ เหมาะสม	0 (0.0)	7 (15.6)	13 (28.9)	20 (44.4)	5 (11.1)	2.24 น้อย	3
	รวม						2.72 ปานกลาง	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านราคา โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีปัญหาในด้านราคา ปัญหาในระดับปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 รองลงมาคือปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยมีปัญหาในระดับน้อยคือเงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ พอใจ		
	สถานที่ในการซื้อสินค้า	1 (2.2)	4 (8.9)	10 (22.2)	20 (44.4)	10 (22.2)	2.24 น้อย	1
	รวม						2.24 น้อย	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่ามีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย / ความ หมาย	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ		
1	ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า	2 (4.4)	1 (2.2)	12 (26.7)	19 (42.2)	11 (24.4)	2.20 น้อย	1
2	การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	1 (2.2)	1 (2.2)	10 (22.2)	24 (53.3)	9 (20.0)	2.13 น้อย	2
	รวม						2.17 น้อย	

หมายเหตุ n = 45

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับมีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาในระดับน้อยคือ คือได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 และมีค่าเฉลี่ยมีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อยที่สุดคือการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหารายด้าน

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	2.75	ปานกลาง	1
ด้านราคา	2.72	ปานกลาง	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.24	น้อย	3
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.14	น้อย	4
รวม	2.47	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในภาพรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าสามารถโดยเรียงตามลำดับปัญหา ปัญหาในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 ปัญหาในระดับน้อยคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 และมีค่าเฉลี่ยปัญหาในระดับน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสื่อที่ต้องการแจ้งข้อมูลข่าวสารของบริษัท

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ไปรษณีย์	14	31.1
อีเมลล์	12	26.7
โทรศัพท์	10	22.2
ส่งพร้อมใบกำกับภาษี	9	20.0
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อที่ต้องการให้แจ้งข่าวสารพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการให้แจ้งข่าวสารทางไปรษณีย์คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาได้แก่แจ้งทางอีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 26.7 แจ้งทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 22.2 ที่เหลือแจ้งพร้อมใบกำกับภาษีซึ่งมีน้อยสุด คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่านั้น

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพลักษณ์สินค้าของบริษัทเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ดีกว่า	20	44.4
ไม่แตกต่าง	18	40.0
ควรปรับปรุง	7	15.6
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ภาพลักษณ์ของสินค้าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาได้แก่เห็นว่าไม่แตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 40.0 ที่เหลือคือควรปรับปรุงซึ่งมีน้อยสุด คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัท

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีคุณภาพ	22	48.9
สินค้าราคาถูก	7	15.6
สินค้ามีให้เลือกมาก	5	11.1
การส่งเสริมการขาย	5	11.1
คุณภาพของบริการ	6	13.3
รวม	45	100.0

จากตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สาเหตุในการเลือกซื้อสินค้าของบริษัท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้ามีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาได้แก่สินค้าราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 15.6 และคุณภาพของบริการคิดเป็นร้อยละ 13.3 ส่วนที่เหลือคือ สินค้ามีให้เลือกมากและการส่งเสริมการขายซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.1

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท จอมพันธ์ กรุ๊ป จำกัดจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

1. ตัวแปรเพศ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.94 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ -มาตรฐานสินค้า	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)
3. คราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือคุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่มชายมีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของสินค้า และ คุณภาพ -มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.94 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ส่วนกลุ่มเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ -มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ลักษณะเฉพาะสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจด้านราคา	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.71 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับราคา	3.53 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	3.24 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.49 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่ามีความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และ ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่

เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมาก คือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย และการได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ส่วนกลุ่มหญิงมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจทางด้านการจำหน่าย	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	3.06 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.12 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ซึ่งในกลุ่มชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

ส่วนกลุ่มหญิง มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การตรงเวลาและความรวดเร็ว และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	3.18 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	3.12 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่	2.83 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย	3.06 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	3.65 (มาก)	3.61 (ปานกลาง)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.07

ซึ่งในกลุ่ม ชาย มีความพึงใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

ส่วนกลุ่ม หญิง มีความพึงใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	2.82 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	2.94 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	2.65 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	2.41 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.35 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.44 (น้อย)
รวม	2.64 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ พบว่ามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ปัญหาการซึมน้ำ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

ซึ่งในกลุ่มชายมีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ คือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35

ส่วนกลุ่มหญิง มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ปัญหาในด้านราคา	ชาย ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	หญิง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	2.65 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้	2.59 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม	2.53 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.49 (น้อย)
รวม	2.59 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่ามีปัญหาด้านราคาภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

ซึ่งในกลุ่มชาย มีปัญหาในระดับปานกลางสามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53

ส่วนกลุ่มหญิง มีปัญหาในระดับปานกลางสามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ปัญหาในด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.29 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.24 (น้อย)
รวม	2.29 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่ามีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่ม ชาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 ในระดับน้อย ส่วนกลุ่มหญิง มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า	2.24 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.20 (น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.06 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.13 (น้อย)
รวม	2.15 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.17 (น้อย)

จากตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.17 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่มชายมีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 ส่วนกลุ่ม หญิง มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า และการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.18

ตารางที่ 4.29 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
ชาย	3.67	มาก
หญิง	3.64	มาก
2. ด้านราคา		
ชาย	3.49	ปานกลาง
หญิง	3.23	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
ชาย	3.35	ปานกลาง
หญิง	3.59	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
ชาย	3.19	ปานกลาง
หญิง	3.33	ปานกลาง
รวม		
ชาย	3.42	ปานกลาง
หญิง	3.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.29 ความพึงพอใจโดยภาพรวม หญิงมีความพึงพอใจสูงกว่าชาย โดยหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.45) และชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.42) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ชาย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.67) หญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.64) ด้านราคา ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.49) หญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.23) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.35) หญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.59) และด้านการส่งเสริมการขาย ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.19) หญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.33)

2. ตัวแปรอายุ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า	3.71 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)
3. คราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.14 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.46 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากคือ คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากคือคุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like symbol above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านราคา	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.57 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการ ซื้อขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับราคา	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	2.57 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	2.86 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.21 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ความคงที่ของราคา และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 การได้รับส่วนลด และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 การได้รับส่วนลด การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของผู้ตอบแบบ

สอบถาม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	4.14 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	3.71 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	3.71 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.80 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 การตรงเวลาและความรวดเร็ว การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ความสะดวกในการสั่งซื้อ และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.71

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การตรงเวลาและความรวดเร็วและความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.48 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.43 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ความสะดวกในการสั่งซื้อ และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.47 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	3.71 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.43 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

๘
๓๘๐.๑
๕ ๔๓๓๑
เลขหมู่.....๕.๓
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุขภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.07

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุขภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ และความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.00

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุขภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.00

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือความสุขภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.29 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ และความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.12 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ	31-40 ปี	41 ปี ขึ้นไป	รวม
	30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (ปานกลาง)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	2.71 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	2.86 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	2.86 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	1.86 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.29 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
รวม	2.51 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่ามีปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความแปลกใหม่ ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาด บรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86 ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความ พึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 ความสะอาดของสินค้า ค่า เฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับ ความพึงพอใจปานกลาง คือ คือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ย เท่ากันคือ 2.94 สินค้าแตกเปราะง่าย และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ปัญหาในด้านราคา	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	2.71 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้	2.14 (น้อย)	2.86 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม	2.29 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)
รวม	2.38 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่ามีปัญหาด้านราคาภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.86 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอายุ

ปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.14 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	1.94 (น้อย)	2.24 (น้อย)
รวม	2.14 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	1.94 (น้อย)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามอายุ พบว่ามี
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่ม
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14 ใน
ระดับ ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่า
กับ 2.52 และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับปานกลาง ค่า
เฉลี่ยเท่ากับ 1.94

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามอายุ

ปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	41 ปี ขึ้นไป ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า	2.29 (น้อย)	2.43 (น้อย)	1.88 (น้อย)	2.20 (น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.29 (น้อย)	2.33 (น้อย)	1.82 (น้อย)	2.13 (น้อย)
รวม	2.29 (น้อย)	2.38 (น้อย)	1.85 (น้อย)	2.17 (น้อย)

จากตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.17 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า และการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.29

ส่วนกลุ่ม 31-40 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33

และกลุ่ม 41 ปี ขึ้นไป มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82

ตารางที่ 4.38 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.46	ปานกลาง
31-40	3.67	มาก
41 ปี ขึ้นไป	3.72	มาก
2. ด้านราคา		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.21	ปานกลาง
31-40	3.31	ปานกลาง
41 ปี ขึ้นไป	3.40	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.80	มาก
31-40	3.40	ปานกลาง
41 ปี ขึ้นไป	3.51	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.43	ปานกลาง
31-40	3.27	ปานกลาง
41 ปี ขึ้นไป	3.22	ปานกลาง
รวม		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	3.48	ปานกลาง
31-40 ปี	3.41	ปานกลาง
41 ปี ขึ้นไป	3.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.38 ความพึงพอใจโดยภาพรวมพบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และ 41 ปี ขึ้นไป โดยผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.48) ผู้ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.46) น้อยที่สุดคือผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.41) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.46) ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับ (3.67) ผู้ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.72) ด้านราคา ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.21) ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.31) ผู้ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.40) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.80) ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.40) ผู้ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.51) และด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.43) ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.27) ผู้ที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.22)

3. ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	4.43 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า	3.64 (มาก)	3.92 (มาก)	4.29 (มาก)	3.89 (มาก)
3. คราสินค้าเป็นที่รู้จักเลือกซื้อได้ตาม ต้องการ	3.29 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.94 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และระดับความพึงพอใจปานกลางคือตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า และการเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.64 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความหลากหลายของสินค้าค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ และลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.71 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.50 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการ ซื้อขาย	3.14 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับราคา	3.57 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	3.57 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	2.93 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	2.86 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสีย

หาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของระดับราคา และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ความหลากหลายของระดับราคา และความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

และกลุ่ม สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของระดับราคา และความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ราคาต้นทุนของสินค้า และการได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจทางด้านการจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	3.29 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	3.64 (มาก)	3.96 (มาก)	2.57 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	3.79 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.50 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	3.57 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ระดับความพึงพอใจปานกลางคือมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัทค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	3.14 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	2.93 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่	2.93 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย	2.93 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	3.36 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	3.86 (มาก)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.13 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.93

ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.08 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

และกลุ่ม สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย และได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.43 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับ

การศึกษา

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	3.00 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.43 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	2.79 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	2.71 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.14 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.64 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.44 (น้อย)
รวม	2.83 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และความพึงพอใจระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.00 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 ส่วนกลุ่มปริญญาตรีมีปัญหาในระดับปานกลางสามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.88 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือปัญหาการซึมน้ำค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรีมีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาในด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่า ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	3.07 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้	2.64 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม	2.71 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)
รวม	2.81 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีปัญหาด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรีมีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง และเงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.50 (น้อย)	2.21 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.24 (น้อย)
รวม	2.50 (น้อย)	2.21 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.45 พบว่ามีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ในระดับน้อย ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า	2.29 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.20 (น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.00 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.13 (น้อย)
รวม	2.14 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.17 (น้อย)

จากตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.17 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ส่วนกลุ่มปริญญาตรี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 4.47 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.53	มาก
ปริญญาตรี	3.64	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	3.94	มาก
2. ด้านราคา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.30	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.30	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.56	มาก
ปริญญาตรี	3.62	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.13	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.26	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.61	มาก
รวม		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.38	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.45	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52	มาก

จากตารางที่ 4.47 ความพึงพอใจโดยภาพรวมพบว่าผู้จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้จบปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี โดยผู้จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.52) ผู้จบปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.45) น้อยที่สุดคือผู้จบต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง

(3.38) และเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้จับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.53) ผู้จับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.64) ผู้จับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.94) ด้านราคา ผู้จับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.30) ผู้จับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.30) ผู้จับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.52) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ผู้จับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.56) ผู้จับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.62) ผู้จับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.00) และด้านการส่งเสริมการขาย ผู้จับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.13) ผู้จับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.26) ผู้จับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.61)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

4. ตัวแปรตำแหน่ง

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ผู้จัดการ / หัว หน้าแผนกซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.89 (มาก)
3. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักเลือกซื้อได้ตาม ต้องการ	3.33 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)	4.20 (มาก)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.50 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
รวม	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	4.04 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.48 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือคุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ราคาสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากสามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ -มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ระดับปานกลางคือตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 คุณภาพ -มาตรฐานสินค้า และการเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.20 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ความพึงพอใจด้านราคา	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ผู้จัดการ / หัว หน้าแผนกซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.42 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.33 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการ ซื้อขาย	3.08 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับราคา	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3.21 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	3.76 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามี ความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับ ความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ย เท่ากันคือ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการ ชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ความคงที่ของราคาและความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.08 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย และการต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.38 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ระยะเวลาการชำระเงิน และราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.60 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามตำแหน่ง

ความพึงพอใจทางด้านการจำหน่าย	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	3.33 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	3.46 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	3.33 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.80 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.50 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.40

ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ และความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.54 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การติดต่อกับเจ้า

หน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 การตรงเวลาและความรวดเร็ว และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท และความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด การตรงเวลาและความรวดเร็ว การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ความสะดวกในการสั่งซื้อ และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามตำแหน่ง

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	3.08 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.17 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้า ใหม่	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสาร ส่งเสริมการขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	3.50 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.26 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.51 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่า

เฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.07

ซึ่งในกลุ่ม เจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และความร่วมมือในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท และความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	ผู้จัดการ / หัวหน้า แผนกซื้อ	เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	3.04 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	2.96 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	2.96 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	2.63 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.50 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.44 (น้อย)
รวม	2.82 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.52 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และ ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการมีปัญหาในระดับปานกลางสามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 และระดับน้อยคือปัญหาการซึมน้ำค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38

และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อมีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สินค้าแตกปร่าง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ความสะอาดของสินค้า และปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาในด้านราคา	เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	2.79 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้	2.79 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม	2.63 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.49 (น้อย)
รวม	2.74 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.53 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคา จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีปัญหาด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

ซึ่งในกลุ่ม เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่งและปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38

และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีปัญหาในระดับน้อยสามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจในระดับน้อยคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และเงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ผู้จัดการ / หัว หน้าแผนกซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.42 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.24 (น้อย)
รวม	2.42 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.54 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งพบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่ง

ปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	เจ้าของหรือผู้ ประกอบการ	ผู้จัดการ / หัว หน้าแผนกซื้อ	เจ้าหน้าที่จัด ซื้อ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(ความหมาย)	(ความหมาย)	(ความหมาย)	(ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า	2.42	2.00	1.80	2.20
	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.38	1.88	1.80	2.13
	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)
รวม	2.40	1.94	1.80	2.17
	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)

จากตารางที่ 4.55 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.17 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่มเจ้าของหรือผู้ประกอบการ มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38

ส่วนกลุ่มผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88

และกลุ่ม เจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชันล่าช้าและการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.80

ตารางที่ 4.56 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	3.55	มาก
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	3.69	มาก
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	4.04	มาก
2. ด้านราคา		
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	3.23	ปานกลาง
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	3.45	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	3.43	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	3.44	ปานกลาง
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	3.54	มาก
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	3.68	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	3.26	ปานกลาง
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	3.24	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	3.48	ปานกลาง
รวม		
เจ้าของหรือผู้ประกอบการ	3.37	ปานกลาง
ผู้จัดการ / หัวหน้าแผนกซื้อ	3.48	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่จัดซื้อ	3.66	มาก

จากตารางที่ 4.56 ความพึงพอใจโดยภาพรวมพบว่าเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อและเจ้าของหรือผู้ประกอบการ โดยเจ้าหน้าที่จัดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.66) ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.48) น้อยที่สุดคือเจ้าของหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.37) และ

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.55) ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.69) เจ้าหน้าที่จัดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (4.04) ด้านราคา เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.23) ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.45) เจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.43) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.44) ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.54) เจ้าหน้าที่จัดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.68) และด้านการส่งเสริมการขาย เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.26) ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนกซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.24) เจ้าหน้าที่จัดซื้อมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.48)

5. ลักษณะธุรกิจ

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม

ลักษณะธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	อาหารแห้ง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ขนม และเบเกอรี่ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า	3.96 (มาก)	3.67 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)
3. ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.27 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
รวม	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.57 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ และลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.55 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของสินค้า และการเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.00 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

และกลุ่มเครื่องดื่มมีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านราคา	อาหารแห้ง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ขนม และเบเกอรี่ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณ การซื้อขาย	3.05 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับราคา	3.41 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า	3.23 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย	3.46 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	2.96 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	3.09 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.58 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่ามีความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้าและการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสีย

หาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18
ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความ
พึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.46 ราคาต้นทุนของสินค้าและความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.41
ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 การต่อรอง
ราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่า
กับ 3.23 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับ
ความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้าและราคาต้น
ทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.78 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ระดับความพึงพ
อใจปานกลางคือความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่
เสียหาย และการได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.22 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

และกลุ่มเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพ
งพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความคงที่ของราคา และความหลากหลายของระดับ
ราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.64 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่า
กับ 3.50 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหายและความ
เหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.43 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29
การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ความพึงพอใจทางด้าน ช่องทางการจำหน่าย	อาหารแห้ง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ขนม และเบเกอรี่ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	3.23 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	3.41 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	3.27 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	3.46 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	3.38 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.59 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ซึ่งในกลุ่มกลุ่มอาหารแห้ง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ส่วนกลุ่มชนมและเบเกอร์รี่ มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือการจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการและมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การตรงเวลาและความรวดเร็วค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือการติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัทและความสะดวกในการสั่งซื้อค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

และกลุ่มเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	อาหารแห้ง ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ขนม และเบเกอร์รี่ ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	เครื่องดื่ม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	3.41 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.14 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่	3.18 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย	3.05 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท	3.59 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)	3.57 (มาก)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.31 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.60 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.07

ซึ่งในกลุ่ม อาหารแห้ง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัทและความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.59 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.22 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย และการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.11

และกลุ่ม เครื่องดื่ม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะธุรกิจ

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	อาหารแห้ง	ขนม และเบเกอรี่	เครื่องดื่ม	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	2.96 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	2.68 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	2.77 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	2.77 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.23 (น้อย)	2.44 (น้อย)	2.79 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
รวม	2.68 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.61 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับ ความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.84 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ระดับความพึงพอใจน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.44

ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ และความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.68 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ สิ้นค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

และกลุ่มเครื่องดื่ม มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สิ้นค้าแตกเปราะง่าย และความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a flame-like symbol above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาในด้านราคา	อาหารแห้ง	ขนม และเบเกอรี่	เครื่องดื่ม	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	2.77 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้	2.59 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.07 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม	2.59 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.49 (น้อย)
รวม	2.65 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.62 พบว่ามีปัญหาด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และเงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.59

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22

และกลุ่ม เครื่องดื่ม มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาหารแห้ง	ขนม และเบเกอรี่	เครื่องดื่ม	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย) (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย) (น้อย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.41 (น้อย)	1.89 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.24 (น้อย)
รวม	2.41 (น้อย)	1.89 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.63 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ในระดับน้อย ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.89 และกลุ่มเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้าในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก
ตามลักษณะธุรกิจ

ปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด	อาหารแห้ง	ขนม และเบเกอรี่	เครื่องดื่ม	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า	2.32 (น้อย)	1.78 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.20 (น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.27 (น้อย)	1.78 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.13 (น้อย)
รวม	2.30 (น้อย)	1.78 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.17 (น้อย)

จากตารางที่ 4.64 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะ
ธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ
2.17 และเมื่อเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่มอาหารแห้ง มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึง
พอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27

ส่วนกลุ่มขนมและเบเกอรี่ มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้
ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า และการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ย
เท่ากันคือ 1.78

และกลุ่มเครื่องดื่ม มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึง
พอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 4.65 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
อาหารแห้ง	3.59	มาก
ขนมและเบเกอรี่	3.78	มาก
เครื่องดื่ม	3.67	มาก
2. ด้านราคา		
อาหารแห้ง	3.24	ปานกลาง
ขนมและเบเกอรี่	3.38	ปานกลาง
เครื่องดื่ม	3.44	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
อาหารแห้ง	3.38	ปานกลาง
ขนมและเบเกอรี่	3.62	มาก
เครื่องดื่ม	3.61	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
อาหารแห้ง	3.31	ปานกลาง
ขนมและเบเกอรี่	3.30	ปานกลาง
เครื่องดื่ม	3.20	ปานกลาง
รวม		
อาหารแห้ง	3.38	ปานกลาง
ขนมและเบเกอรี่	3.52	มาก
เครื่องดื่ม	3.48	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.65 ความพึงพอใจโดยภาพรวมพบว่า ธุรกิจขนมและเบเกอรี่ มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าธุรกิจเครื่องดื่ม และธุรกิจอาหารแห้ง โดยธุรกิจขนมและเบเกอรี่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.52) ธุรกิจเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.48) น้อย

ที่สุดคือธุรกิจอาหารแห้งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.38) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อาหารแห้ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.59) ธุรกิจขนมและเบเกอรี่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก(3.78) ธุรกิจเครื่องดื่มมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก(3.67) ด้านราคา อาหารแห้ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.24) ธุรกิจขนมและเบเกอรี่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง(3.38)ธุรกิจเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.44) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย อาหารแห้ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.38) ธุรกิจขนมและเบเกอรี่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก(3.62) ธุรกิจเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.61) และด้านการส่งเสริมการขาย อาหารแห้ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.31) ธุรกิจขนมและเบเกอรี่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.30) ธุรกิจเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.20)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

6. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 1 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	1-5 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	6-10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	มากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ความหลากหลายของสินค้า	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
2. คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	4.25 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)
3. คราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.50 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
4. เลือกซื้อได้ตามต้องการ	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
5. ลักษณะเฉพาะของสินค้า	3.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 4.66 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ คราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพ –มาตรฐานสินค้า และการเลือกซื้อได้

ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของสินค้า และการเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การเลือกซื้อได้ตามต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

และกลุ่ม มากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพ-มาตรฐานสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความหลากหลายของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือการเลือกซื้อได้ตามต้องการ และลักษณะเฉพาะของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านราคา	น้อยกว่า 1 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	1-5 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	6-10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	มากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ราคาต้นทุนของสินค้า	3.50 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
2. ความคงที่ของราคา	3.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3. การต่อรองราคาได้ตามปริมาณ การซื้อขาย	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
4. ความหลากหลายของระดับ ราคา	4.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
5. ความเหมาะสมของราคา ต่อสินค้า	4.00 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
6. การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่ เสียหาย	4.50 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
7. การได้รับส่วนลด	2.50 (น้อย)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
8. ระยะเวลาการชำระเงิน	2.50 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.50 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.67 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจพบว่ามีความพึงพอใจด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาต้นทุนของสินค้า และความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความหลากหลายของระดับราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า และการได้รับส่วนลดกับ

สินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของระดับราคา และการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ การได้รับส่วนลด และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ความหลากหลายของระดับราคา และความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความคงที่ของราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความหลากหลายของระดับราคา และความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือการได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 การต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย และระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

และกลุ่ม มากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การได้รับส่วนลดกับสินค้าที่เสียหาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความคงที่ของราคา และการต่อรองราคาได้ ตามปริมาณการซื้อขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความหลากหลายของระดับราคา และความเหมาะสมของราคาต่อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ราคาต้นทุนของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การได้รับส่วนลด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ระยะเวลาการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ความพึงพอใจทางด้านช่องทางการจำหน่าย	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การตรงเวลาและความรวดเร็ว	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
2. การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	4.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท	4.50 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
4. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.50 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
5. มีสินค้าตอบสนองความต้องการ	4.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
รวม	4.20 (มาก)	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.68 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจพบว่ามีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือการจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท และมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.50 การตรงเวลาและความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 การตรงเวลา

และความรวดเร็ว และความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากคือ การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ การตรงเวลาและความรวดเร็ว และความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัทและมีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

และกลุ่ม มากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 มีสินค้าตอบสนองความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 การตรงเวลาและความรวดเร็ว และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่บริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.69 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดจำหน่ายของผู้ตอบแบบ
สอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริม การตลาด	น้อยกว่า 1 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	1-5 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	6-10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	มากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่	4.00 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2. ได้รับความช่วยเหลือในการ เพิ่มยอดขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4. ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอ สินค้าใหม่	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เอกสารส่งเสริมการขาย	3.50 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
6. ความสม่ำเสมอของตัวแทน บริษัท	4.50 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
7. ความสุภาพของตัวแทนบริษัท	4.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.62 (ปานกลาง)
รวม	3.64 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.69 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจพบว่ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับ
ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจ
มากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ
ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่า
กับ 3.33 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่า
เฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์
เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.07

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความพึงพอ
ใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท และความสุภาพของตัว
แทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.50 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระดับ

ความพึงพอใจปานกลางคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขายค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.50 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย การนำเสนอสินค้าใหม่ๆและ ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขายและการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.05 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ การแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ และได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.56 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความสุภาพของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.13

และกลุ่มมากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือการแนะนำสินค้าจากเจ้าหน้าที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ความสม่ำเสมอของตัวแทนบริษัท และความสุภาพของตัวแทนบริษัทค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 3.29 ความมีส่วนร่วมในการนำเสนอสินค้าใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 การนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ได้รับความช่วยเหลือในการเพิ่มยอดขายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 การโฆษณาประชาสัมพันธ์เอกสารส่งเสริมการขายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลา
ในการประกอบธุรกิจ

ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้าแตกเปราะง่าย	2.00 (น้อย)	3.55 (มาก)	2.63 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)
2. ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	2.50 (น้อย)	3.25 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
3. ความหลากหลายขนาดบรรจุ ภัณฑ์	2.50 (น้อย)	3.20 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
4. ความสะอาดของสินค้า	2.00 (น้อย)	2.90 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.86 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5. ปัญหาการซึมน้ำ	2.50 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
รวม	2.30 (น้อย)	3.09 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.66 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.70 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.75 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 ความพึงพอใจในระดับน้อยคือปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่า 1 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ และปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.50 สินค้าแตกเปราะง่าย และความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.00

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.50 ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 และความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ปัญหาการซึมน้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19

และกลุ่ม มากกว่า 10 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ ความสะอาดของสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ปัญหาการซึมน้ำ และความหลากหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.71 ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ สินค้าแตกเปราะง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43

ตารางที่ 4.71 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านราคาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลา
ในการประกอบธุรกิจ

ปัญหาในด้านราคา	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง	3.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
2. ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคา สินค้าไม่ได้	3.50 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
3. เงื่อนไขการชำระเงินไม่ เหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.31 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.71 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านราคา ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่า 1 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อยคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง และปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.50 เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับปัญหาได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือ เงื่อนไขการชำระเงินไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีปัญหาในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลางคือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 และมีความพึงพอ

ใจในระดับน้อยคือ ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 เงื่อนไขการชำระหนี้ไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.31

และกลุ่มมากกว่า 10 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ระดับความพึงพอใจปานกลาง คือ สินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ปัญหาในเรื่องการต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และเงื่อนไขการชำระหนี้ไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.00

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	น้อยกว่า 1 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	1-5 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	6-10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	มากกว่า 10 ปี ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	รวม ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. สถานที่ในการซื้อสินค้า	2.50 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.86 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)
รวม	2.50 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.86 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 4.72 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.24 ซึ่งในกลุ่มน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และกลุ่ม 6-10 ปี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 และกลุ่มมากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจสถานที่ในการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหาด้านการส่งเสริมการขายของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ปัญหาในการส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า	2.50 (น้อย)	2.10 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.20 (น้อย)
2. การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ	2.50 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.38 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.13 (น้อย)
รวม	2.50 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.38 (น้อย)	1.93 (น้อย)	2.17 (น้อย)

จากตารางที่ 4.73 ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่ามีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 และเมื่อเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13

ซึ่งในกลุ่ม น้อยกว่า 1 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า และการโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.50

ส่วนกลุ่ม 1-5 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

ส่วนกลุ่ม 6-10 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูล โปรโมชั่นล่าช้า และ การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.38

และกลุ่ม มากกว่า 10 ปี มีปัญหาในระดับน้อย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจในระดับน้อยคือ ได้รับแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นล่าช้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 การโฆษณาไม่ดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.86

ตารางที่ 4.74 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา
ในการประกอบธุรกิจ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
น้อยกว่า 1 ปี	3.80	มาก
1-5 ปี	3.56	มาก
6-10 ปี	3.90	มาก
มากกว่า 10 ปี	3.31	ปานกลาง
2. ด้านราคา		
น้อยกว่า 1 ปี	3.50	ปานกลาง
1-5 ปี	3.22	ปานกลาง
6-10 ปี	3.50	ปานกลาง
มากกว่า 10 ปี	3.20	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
น้อยกว่า 1 ปี	4.20	มาก
1-5 ปี	3.62	มาก
6-10 ปี	3.54	มาก
มากกว่า 10 ปี	2.89	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการขาย		
น้อยกว่า 1 ปี	3.64	มาก
1-5 ปี	3.23	ปานกลาง
6-10 ปี	3.37	ปานกลาง
มากกว่า 10 ปี	3.10	ปานกลาง
รวม		
น้อยกว่า 1 ปี	3.79	มาก
1-5 ปี	3.40	ปานกลาง
6-10 ปี	3.58	มาก
มากกว่า 10 ปี	3.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.74 ความพึงพอใจโดยภาพรวมพบว่าระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่า 6-10 ปี ,1-5 ปี และมากกว่า 10 ปี โดยระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.79) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.58) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.40) น้อยที่สุดคือระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.13) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.80) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.56) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.90) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.31) ด้านราคา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.50) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.22) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.50) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.20) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (4.20) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.62) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.54) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (2.89) และด้านการส่งเสริมการขาย ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก (3.64) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.23) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.37) ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับปานกลาง (3.10)