

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านสะดวกซื้อสายชลมินิมาร์ท อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ การรู้จักร้านสายชลมินิมาร์ท ความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ท ช่วงเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด สินค้าที่ซื้อประจำจากร้านสายชลมินิมาร์ท จำนวนเงินที่ซื้อต่อการซื้อสินค้าต่อการซื้อ 1 ครั้ง การส่งเสริมการขายที่ควรทำ และของแถมที่ชอบหรือสนใจ (ตารางที่ 1-13)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 14-18)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อร้านสายชลมินิมาร์ท ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 19-22)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 23-47)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	114	57.0
ชาย	86	43.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 43.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	30	15.0
21- 30 ปี	52	26.0
31 - 40 ปี	26	13.0
41- 50 ปี	59	29.5
51 - 60 ปี	24	12.0
60 ปี ขึ้นไป	9	4.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41- 50 ปี ร้อยละ 29.5 รองลงมาอายุ 21- 30 ปี ร้อยละ 26.0 ไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 15.0 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 13.0 อายุ 51 - 60 ปี ร้อยละ 12.0 อายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	68	34.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	39	19.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	29	14.5
อนุปริญญา/ ปวส.	31	15.5
ปริญญาตรี	29	14.5
สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาประถมศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 19.5 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 15.5 ปริญญาตรี และ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ร้อยละ 14.5 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	41	20.5
เกษตรกร	55	27.5
ข้าราชการ	33	16.5
เจ้าของกิจการ	15	7.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	3.5
แม่บ้าน	27	13.5
พนักงานบริษัทเอกชน	8	4.0
อื่นๆ	14	7.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง (12 ราย) ขับรถสองแถว (2 ราย)

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ เกษตรกร มากที่สุด ร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 20.5 ข้าราชการ ร้อยละ 16.5 แม่บ้าน ร้อยละ 13.5 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 7.5 อื่นๆ ร้อยละ 7.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 4.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	89	44.5
5,001 - 10,000 บาท	41	20.5
10,001 - 20,000 บาท	35	17.5
20,001 - 30,000 บาท	31	15.5
มากกว่า 30,000 บาท	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 17.5 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 20.5 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 15.5 และ มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	65	32.5
สมรส	124	62.0
หม้าย	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ เป็นโสด ร้อยละ 32.5 และเป็นหม้าย ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรู้จักร้านสายชลมินิมาร์ท

การรู้จักร้านสายชลมินิมาร์ท	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายหน้าร้าน	130	65.0
วิทยุ	20	10.0
เพื่อน คนรู้จัก	43	21.5
อื่นๆ	7	3.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ข้างบ้านบอก (1 ราย) เห็นด้วยตนเอง (6 ราย)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านสายชลมินิมาร์ท จากป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ เพื่อน คนรู้จัก ร้อยละ 21.5 วิทยุ ร้อยละ 10.0 และอื่นๆ ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ทบ่อยที่สุด

ความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ท	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	50	25.0
1 ครั้ง/สัปดาห์	39	19.5
2-5 ครั้ง/สัปดาห์	44	22.0
เดือนละครั้ง	50	25.0
อื่นๆ	17	8.5
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ ไม่แน่นอน

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ทบ่อยที่สุดคือ มาใช้บริการทุกวันและเดือนละครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ 2-5 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 22.0 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 19.5 และอื่นๆ ร้อยละ 8.5

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลามาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ทมากที่สุด

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ทมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
7.00 - 9.00 น.	40	20.0
9.01 - 12.00 น.	39	19.5
12.01 - 15.00 น.	25	12.5
15.01 - 18.00 น.	46	23.0
18.01 - 21.00 น.	50	25.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงเวลามาใช้บริการที่ร้านสายชลมินิมาร์ทมากที่สุดคือ เวลา 18.01 - 21.00 น. ร้อยละ 25.0 รองลงมาคือ เวลา 15.01 - 18.00 น. ร้อยละ 23.0 เวลา 7.00 - 9.00 น. ร้อยละ 20.0 เวลา 9.01 - 12.00 น. ร้อยละ 19.5 และเวลา 12.01 - 15.00 น. ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านสายชล
มินิมาร์ทเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านสายชลมินิมาร์ทเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมขบเคี้ยว	92	46.0
ยาสระผม	83	41.5
แป้ง	75	37.5
เป็ยร์	74	37.0
เหล้า	72	36.0
ยาสีฟัน	66	33.0
สบู่	66	33.0
แปรงสีฟัน	61	30.5
น้ำอ้ดลม	61	30.5
น้ำค้ม	56	28.0
คร้มบ้รุงผ้ว	54	27.0
บะหม้ก้งสำเร้จรูป	52	26.0
นม	52	26.0
บุหรี	50	25.0
น้้ำมันฟ้ช	49	24.5
กาแฟ	48	24.0
น้ยาล้างห้องน้า	44	22.0
น้ยาล้างจาน	44	22.0
โຈ้กก้งสำเร้จรูป	41	20.5
ชอส	40	20.0
ปลากะป้อง	39	19.5
น้าผลไม้	38	19.0
คร้องค้มชูกำล้ง	34	17.0
น้ापลา	33	16.5
ผงชูรส	33	16.5

ตารางที่ 10(ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้าน
สาขชลมินิมาร์ทเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านสาขชลมินิมาร์ทเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ผักดองกระป๋อง	28	14.0
ยากันยุง, แมลง	28	14.0
ชา	28	14.0
น้ำตาล	27	13.5
ลูกอม	27	13.5
ผลไม้กระป๋อง	26	13.0
บัตรเติมเงิน	25	12.5
อาหารสัตว์	19	9.5
ข้าวสาร	10	5.0
ผ้าอ้อม	4	2.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดสินค้าที่ซื้อจากร้านสาขชล
มินิมาร์ทเป็นประจำ ลำดับแรกคือ ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือยาสระผม ร้อยละ 41.5
แป้ง ร้อยละ 37.5 เบียร์ ร้อยละ 37.0 เหล้า ร้อยละ 36.0 สบู่ และยาสีฟัน เท่ากัน ร้อยละ 33.0 แปรง
สีฟัน และน้ำอัดลม เท่ากัน ร้อยละ 30.5 น้ำดื่ม ร้อยละ 28.0 ครีมบำรุงผิว ร้อยละ 27.0 นม และ
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เท่ากัน ร้อยละ 26.0 นูห์รี ร้อยละ 25.0 น้ำมันพืช ร้อยละ 24.5 กาแฟ ร้อยละ 24.0
น้ำยาล้างห้องน้ำ และ น้ำยาล้างจาน เท่ากัน ร้อยละ 22.0 ใจิกกึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 20.5 ซอส
ร้อยละ 20.0 ปลากระป๋อง ร้อยละ 19.5 น้ำผลไม้ ร้อยละ 19.0 เครื่องดื่มชูกำลัง ร้อยละ 17.0 ผงชูรส
ร้อยละ 16.5 อื่นๆ ร้อยละ 14.5 ยากันยุง แมลง ชา ผักดองกระป๋อง เท่ากัน ร้อยละ 14.0 ลูกอม และ
น้ำตาล เท่ากัน ร้อยละ 13.5 ผลไม้กระป๋อง ร้อยละ 13.0 บัตรเติมเงิน ร้อยละ 12.5 อาหารสัตว์ ร้อย
ละ 9.5 ข้าวสาร ร้อยละ 5.0 ผ้าอ้อม ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามซื้อสินค้าจากร้านสายชลมินิมาร์ท เป็นจำนวนเงินต่อการซื้อ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย

ซื้อสินค้าจากร้านสายชลมินิมาร์ท เป็นจำนวนเงินต่อการซื้อ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	24	12.0
51 - 100 บาท	69	34.5
101 - 300 บาท	67	33.5
301 - 500 บาท	34	17.0
500 บาทขึ้นไป	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดซื้อสินค้าจากร้านสายชลมินิมาร์ท เป็นจำนวนเงินต่อการซื้อ 1 ครั้งโดยเฉลี่ย ลำดับแรกคือ 51 - 100 บาท ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ 101 - 300 บาท ร้อยละ 33.5 301 - 500 บาท ร้อยละ 17.0 ไม่เกิน 50 บาท ร้อยละ 12.0 และ 500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่คิดว่าร้านสายชลมินิมาร์ทควรจะทำมากที่สุด

การส่งเสริมการขายที่คิดว่าร้านสายชลมินิมาร์ทควรจะทำมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ลดราคาสินค้า	96	48.0
การสะสมแต้ม	19	9.5
คูปองเงินสด	4	2.0
บัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	34	17.0
ของแถม	36	18.0
ชิงโชค	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดการส่งเสริมการขายที่คิดว่าร้านสายชลมินิมาร์ท ควรจะทำ ลำดับแรกคือ ลดราคาสินค้า ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 18.0 บัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ร้อยละ 17.0 การสะสมแต้ม ร้อยละ 9.5 ซิงโครน ร้อยละ 5.5 และ คุปองเงินสด ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่ชอบหรือสนใจมากที่สุด

ของแถมชนิดที่ชอบหรือสนใจมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
แก้วน้ำ	37	18.5
จาน	9	4.5
กระเป๋าใส่ของ	47	23.5
กระดวยทิชชู	6	3.0
ผ้าเช็ดหน้า	10	5.0
พวงกุญแจ	5	2.5
สมุดบันทึกเล็ก	6	3.0
กล่องพลาสติก	2	1.0
น้ำดื่มขวด	13	6.5
ชื้อ 1 แกรม 1	40	20.0
ชื้อสินค้าขนาดใหญ่แถมขนาดเล็ก	25	12.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดของแถมที่ชอบหรือสนใจ ลำดับแรกคือ กระเป๋าใส่ของ ร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ ชื้อ 1 แกรม 1 ร้อยละ 20.0 แก้วน้ำ ร้อยละ 18.5 ชื้อสินค้าขนาดใหญ่แถมขนาดเล็ก ร้อยละ 12.5 น้ำดื่มขวด ร้อยละ 6.5 ผ้าเช็ดหน้า ร้อยละ 5.0 จาน ร้อยละ 4.5 สมุดบันทึกเล็กและกระดวยทิชชูเท่ากัน ร้อยละ 3.0 พวงกุญแจ ร้อยละ 2.5 กล่องพลาสติก ร้อยละ 1.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	70 (35.0)	67 (33.5)	56 (28.0)	3 (1.5)	4 (2.0)	3.98 (มาก)	1
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	61 (30.5)	72 (36.0)	59 (29.5)	4 (2.0)	4 (2.0)	3.91 (มาก)	4
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	67 (33.5)	65 (32.5)	59 (29.5)	3 (1.5)	6 (3.0)	3.92 (มาก)	3
คุณภาพของสินค้า	55 (27.5)	98 (49.0)	38 (19.0)	4 (2.0)	5 (2.5)	3.97 (มาก)	2
สินค้าทันสมัย	60 (30.0)	77 (38.5)	53 (26.5)	5 (2.5)	5 (2.5)	3.91 (มาก)	4
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	26 (13.0)	65 (32.5)	56 (28.0)	15 (7.5)	38 (19.0)	3.13 (ปานกลาง)	5
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่า สินค้า	61 (30.5)	88 (44.0)	39 (19.5)	7 (3.5)	5 (2.5)	3.97 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.98) คุณภาพของสินค้าและความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้า	62 (31.0)	95 (47.5)	31 (15.5)	5 (2.5)	7 (3.5)	4.00 (มาก)	2
การคิดป้ายแสดงราคา	66 (33.0)	95 (47.5)	24 (12.0)	6 (3.0)	9 (4.5)	4.02 (มาก)	1
ราคามีหลายระดับให้เลือก	71 (35.5)	72 (36.0)	46 (23.0)	5 (2.5)	6 (3.0)	3.99 (มาก)	3
ราคางที่	62 (31.0)	95 (47.5)	31 (15.5)	5 (2.5)	7 (3.5)	3.34 (ปาน กลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือการคิดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ ราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ราคางที่ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	68 (34.0)	96 (48.0)	20 (10.0)	8 (4.0)	8 (4.0)	4.04 (มาก)	3
สถานที่จอดรถ	68 (34.0)	79 (39.5)	42 (21.0)	5 (2.5)	6 (3.0)	3.99 (มาก)	5
การตกแต่งร้าน	66 (33.0)	87 (43.5)	34 (17.0)	5 (2.5)	8 (4.0)	3.99 (มาก)	5
การจัดวางสินค้า	71 (35.5)	86 (43.0)	29 (14.5)	5 (2.5)	9 (4.5)	4.03 (มาก)	4
ความสะอาดของร้าน	82 (41.0)	94 (47.0)	13 (6.5)	5 (2.5)	6 (3.0)	4.21 (มาก)	1
บรรยากาศภายในร้าน	70 (35.0)	98 (49.0)	18 (9.0)	6 (3.0)	8 (4.0)	4.08 (มาก)	2
เวลาเปิดให้บริการ	64 (32.0)	64 (32.0)	39 (19.5)	13 (6.5)	20 (10.0)	3.70 (มาก)	7
เวลาปิดให้บริการ	71 (35.5)	74 (37.0)	33 (16.5)	5 (2.5)	17 (8.5)	3.89 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.98 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ทำเลสถานที่ตั้งร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.04) การจัดวางสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) สถานที่จอดรถ และการตกแต่งร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) เวลาปิดให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) เวลาเปิดให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	54 (27.0)	53 (26.5)	38 (19.0)	35 (17.5)	20 (10.0)	3.43 (ปานกลาง)	4
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	42 (21.0)	38 (19.0)	54 (27.0)	37 (18.5)	29 (14.5)	3.14 (ปานกลาง)	5
การแต่งกายของพนักงาน	67 (33.5)	77 (38.5)	35 (17.5)	6 (3.0)	15 (7.5)	3.88 (มาก)	3
การบริการของพนักงานขาย	67 (33.5)	90 (45.0)	20 (10.0)	7 (3.5)	16 (8.0)	3.93 (มาก)	2
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	88 (44.0)	74 (37.0)	19 (9.5)	7 (3.5)	12 (6.0)	4.10 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การแต่งกายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสถานที่	3.98	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	มาก
ด้านราคา	3.83	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึง
พอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน
ราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ด้านการส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อร้านสายชลมินิมาร์ท

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสินค้าไม่พอต่อความต้องการ	71	35.5
สินค้าที่ต้องการไม่มีหรือมีน้อย	62	31.0
สินค้าเก่าปนกับสินค้าใหม่	32	16.0
สินค้าหมดอายุ	26	13.0
สินค้าขาดบ่อย	52	26.0
ไม่มีใบเสร็จให้	109	54.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาลำดับแรกคือ ไม่มีใบเสร็จให้ ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ จำนวนสินค้าไม่พอต่อความต้องการ ร้อยละ 35.5 สินค้าที่ต้องการไม่มีหรือมีน้อย ร้อยละ 31.0 สินค้าขาดบ่อย ร้อยละ 26.0 สินค้าเก่าปนกับสินค้าใหม่ ร้อยละ 16.0 สินค้าหมดอายุ ร้อยละ 13.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าแพงกว่าร้านอื่น	45	22.5
ติดป้ายราคาสินค้าไม่ครบทุกชิ้น	39	19.5
ไม่มีส่วนลดเงินสด	112	56.0
ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า	30	15.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือไม่มีส่วนลดเงินสด ร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ราคาสินค้าแพงกว่าร้านอื่น ร้อยละ 22.5 ติดป้ายราคาสินค้าไม่ครบทุกชิ้น ร้อยละ 19.5 ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ที่ตั้งของร้านหายาก	3	1.5
สถานที่คับแคบ	21	10.5
ไม่เห็นป้ายร้านค้า	56	28.0
วันเปิด-ปิด ไม่สม่ำเสมอ	114	57.0
ร้านปิดบ่อย	87	43.5
ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า	38	19.0
การจัดวางแผนผังของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า	3	1.5
ไม่มีบริการขนส่งสินค้า	14	7.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาลำดับแรกคือ วันเปิด-ปิด ไม่สม่ำเสมอ ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ร้านปิดบ่อย ร้อยละ 43.5 ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า ร้อยละ 19.0 สถานที่คับแคบ ร้อยละ 10.5 ไม่มีบริการขนส่งสินค้า ร้อยละ 7.0 ที่ตั้งของร้านหายาก และ การจัดวางแผนผังของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า เท่ากัน ร้อยละ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มีหรือน้อย	116	58.0
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	96	48.0
พนักงานขายไม่เพียงพอในการให้บริการ	0	0.0
การพูดจาของพนักงานไม่สุภาพ	1	0.5
พนักงานบริการไม่เสมอภาค	0	0.0
พนักงานคิดเงินผิดพลาดบ่อย	21	10.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 200 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาลำดับแรกคือ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มีหรือน้อย ร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 48.0 พนักงานคิดเงินผิดพลาดบ่อย ร้อยละ 10.5 และ พนักงานบริการไม่เสมอภาค ร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)
สินค้าทันสมัย	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.03 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า	3.99 (มาก)	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84, 3.91)

ในปัจจัยย่อย เพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.99) มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศชาย มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.01) มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
การติดป้ายแสดงราคา	3.96 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคามีหลายระดับให้เลือก	3.99 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
ราคาคงที่	3.03 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74, 3.96)

ในปัจจัยย่อย เพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) มากกว่าด้านอื่น

เพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.08) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
สถานที่จอดรถ	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งร้าน	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดวางสินค้า	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)
เวลาเปิดให้บริการ	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาปิดให้บริการ	3.76 (มาก)	4.05 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97, 4.01)

ในปัจจัยย่อย ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.20) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	3.17 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงาน	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)
การบริการของพนักงานขาย	3.88 (มาก)	3.99 (มาก)	3.93 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิง และเพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67, 3.72)

ในปัจจัยย่อย ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06, 4.14) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ		
	หญิง	ชาย	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านราคา	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านสถานที่	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิง
และเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ด้านสถานที่

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.73 (มาก)	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.73 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	3.97 (มาก)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.93 (มาก)	4.17 (มาก)	3.81 (มาก)	3.98 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.97 (มาก)
สินค้าทันสมัย	3.77 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.91 (มาก)
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.60 (มาก)	2.83 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า	3.83 (มาก)	4.29 (มาก)	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	3.97 (มาก)
รวมค่าเฉลี่ย	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77, 3.96, 3.86, 3.79, 3.68, 3.70)

ในปัจจัยย่อย อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93, 3.98) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้า	3.67 (มาก)	4.31 (มาก)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
การติดป้ายแสดงราคา	3.63 (มาก)	4.27 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	3.67 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคามีหลายระดับให้เลือก	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)	3.75 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
ราคาคงที่	3.70 (มาก)	2.56 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	4.04 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.99 (มาก)	3.53 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73, 3.81, 3.81, 3.90, 3.99, 3.53)

ในปัจจัยย่อย อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93, 4.12) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า และการติดป้ายแสดงราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08, 3.67) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
สถานที่จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	3.63 (มาก)	4.31 (มาก)	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	4.04 (มาก)
สถานที่จอดรถ	3.73 (มาก)	4.31 (มาก)	3.81 (มาก)	4.08 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งร้าน	3.83 (มาก)	4.31 (มาก)	3.54 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดวางสินค้า	3.77 (มาก)	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.07 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)	3.96 (มาก)	3.67 (มาก)	4.21 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	3.87 (มาก)	4.37 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	3.56 (มาก)	4.08 (มาก)
เวลาเปิดให้บริการ	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาปิดให้บริการ	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)	3.54 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	4.28 (มาก)	3.77 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81, 4.28, 3.77, 4.04, 3.82, 3.64)

ในปัจจัยย่อย อายุไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07, 4.56, 4.15, 4.17) มากกว่าด้านอื่น อายุ 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลสถานที่ตั้งร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00, 3.78) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	3.73 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงาน	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	3.56 (มาก)	3.88 (มาก)
การบริการของพนักงานขาย	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	4.25 (มาก)	3.56 (มาก)	3.93 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82, 3.70, 3.58, 3.66, 3.76, 3.58)

ในปัจจัยย่อย อายุไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.06, 4.12, 4.08, 4.00) มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านราคา	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.99 (มาก)	3.53 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านสถานที่	3.81 (มาก)	4.28 (มาก)	3.77 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 21-30 ปี 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ อายุ 31-40 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ด้านราคา

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	4.25 (มาก)	3.56 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.98 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	4.22 (มาก)	3.56 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	4.25 (มาก)	3.91 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	4.26 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	4.19 (มาก)	3.69 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.97 (มาก)
สินค้าทันสมัย	4.18 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.91 (มาก)
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.69 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า	4.18 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	4.06 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	4.21 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00, 3.54, 3.83, 3.70, 3.89, 4.21)

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท และสินค้าทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท คุณภาพของสินค้า และสินค้าทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า	4.24 (มาก)	3.59 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
การคิดป้ายแสดง ราคา	4.12 (มาก)	3.62 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคามีหลายระดับ ให้เลือก	4.21 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	4.25 (มาก)	3.99 (มาก)
ราคาคงที่	2.57 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	3.52 (มาก)	4.03 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	4.08 (มาก)	4.44 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78, 3.56, 3.96, 3.87, 4.08, 4.44)

ในปัจจัยย่อย การศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.69) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษอนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การคิดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.24) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.75) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลสถานที่ตั้ง ร้าน	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
สถานที่จอดรถ	4.34 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งร้าน	4.22 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
การจัดวางสินค้า	4.26 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสะอาดของ ร้าน	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
บรรยากาศภายใน ร้าน	4.19 (มาก)	3.79 (มาก)	3.93 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
เวลาเปิด ให้บริการ	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.55 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
เวลาปิดให้บริการ	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)	4.19 (มาก)	3.97 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	4.11 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.17, 3.77, 3.79, 4.11, 3.97, 3.75)

ในปัจจัยย่อย การศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.34) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.15, 4.07, 4.28) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน และบรรยากาศภายในร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เวลาปิดให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญา, ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์	3.79 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	3.22 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การแต่งกายของพนักงาน	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	4.24 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
การบริการของพนักงานขาย	3.94 (มาก)	3.69 (มาก)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.25 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)	4.34 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.82, 3.68, 3.90) ส่วนการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. อนุปริญญา, ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.46, 3.49, 3.35)

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.25, 4.08, 4.34) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาอนุปริญญา/ปวศ. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานขาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านส่วน ประสมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด						
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญา ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	4.21 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านราคา	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	4.08 (มาก)	4.44 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านสถานที่	4.17 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	4.11 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)	3.49 (ปาน กลาง)	3.90 (มาก)	3.35 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับ
การศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรกคือ ด้านสถานที่

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึง
พอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ								
	นักเรียนหรือนักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.76 (มาก)	4.33 (มาก)	4.36 (มาก)	3.93 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.98 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.80 (มาก)	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.63 (มาก)	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)	3.92 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.90 (มาก)	4.40 (มาก)	4.12 (มาก)	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.97 (มาก)
สินค้าทันสมัย	3.71 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)	3.93 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.44 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า	3.98 (มาก)	4.33 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	3.74 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา เกษตรกร ข้าราชการ เจ้าของกิจการ และอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75, 4.08, 4.08, 3.74, 3.88) ส่วนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43, 3.39, 3.31)

ในปัจจัยย่อย อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90, 3.57) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพข้าราชการ แม่บ้าน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.36, 3.52) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้าทันสมัย และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ								
	นักเรียนหรือนักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า	3.83 (มาก)	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)
การติดป้ายแสดงราคา	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	3.93 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคามีหลายระดับให้เลือก	3.98 (มาก)	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
ราคาคงที่	3.51 (มาก)	2.35 (น้อย)	4.42 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	4.34 (มาก)	3.83 (มาก)	3.61 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา เกษตรกร ข้าราชการ เจ้าของกิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอื่น มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.78, 3.81, 4.34, 3.83, 3.61, 3.95) ส่วนอาชีพแม่บ้าน และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47, 3.41)

ในปัจจัยย่อย อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ รากามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.98, 4.07) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร และแม่บ้าน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31, 3.67) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.42, 3.71) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้าและการติดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.63) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ								
	นักเรียนหรือนักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	3.76 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.04 (มาก)
สถานที่จอดรถ	3.78 (มาก)	4.40 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	4.21 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งร้าน	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดวางสินค้า	3.76 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	4.07 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.12 (มาก)	4.38 (มาก)	4.21 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.02 (มาก)	4.31 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	4.08 (มาก)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ								
	นักเรียนหรือนักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เวลาเปิดให้บริการ	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาปิดให้บริการ	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	3.52 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	4.27 (มาก)	3.97 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88, 4.27, 3.97, 4.13, 3.86, 3.76, 3.82, 4.00)

ในปัจจัยย่อย อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ แม่บ้าน และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.12, 4.21, 4.15, 4.63) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.40, 4.21) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การตกแต่งร้าน และการจัดวางสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เวลาเปิดให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ								
	นักเรียนหรือ นักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัท เอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แคม	3.61 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การแต่งกายของ พนักงาน	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
การบริการของพนักงาน ขาย	3.76 (มาก)	4.04 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	4.03 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.46, 2.82, 3.44, 3.36, 3.07, 2.75, 3.22) ยกเว้นอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา เกษตรกร เจ้าของกิจการ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93, 4.29, 4.27, 3.67, 4.38, 4.50) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ ข้าราชการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานชาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานชาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อาชีพ								
	นักเรียนหรือ นักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัท เอกชน	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.75 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	3.74 (มาก)	3.43 (มาก)	3.39 (มาก)	3.31 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านราคา	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	4.34 (มาก)	3.83 (มาก)	3.61 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)
ด้านสถานที่	3.88 (มาก)	4.27 (มาก)	3.97 (มาก)	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา เกษตรกร เจ้าของกิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และ อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ด้านสถานที่

อาชีพ ข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	4.19 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	4.17 (มาก)	3.56 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	4.17 (มาก)	3.54 (มาก)	3.94 (มาก)	3.77 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	4.16 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.50 (มาก)	3.97 (มาก)
สินค้าทันสมัย	4.09 (มาก)	3.63 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.82 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)	4.03 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3.94, 3.74, 3.96, 3.73, 3.73)

ในปัจจัยย่อย รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.19) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001 - 20,000 บาท และรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80, 4.03, 4.00) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท คุณภาพของสินค้า และสินค้าทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า	4.12 (มาก)	3.78 (มาก)	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
การคิดป้ายแสดงราคา	4.07 (มาก)	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	3.81 (มาก)	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคามีหลายระดับให้ เลือก	4.17 (มาก)	3.71 (มาก)	4.03 (มาก)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.99 (มาก)
ราคาคงที่	2.69 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	4.26 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	4.12 (มาก)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76, 3.76, 4.12, 3.80, 3.94)

ในปัจจัยย่อย รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การคิดป้ายแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90, 4.25) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
สถานที่จอดรถ	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
การตกแต่งร้าน	4.09 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	3.99 (มาก)
การจัดวางสินค้า	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	4.17 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
บรรยากาศภายในร้าน	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	4.08 (มาก)
เวลาเปิดให้บริการ	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)
เวลาปิดให้บริการ	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.05, 4.02, 3.96, 3.82, 3.94)

ในปัจจัยย่อย รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.24, 4.16) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลสถานที่ตั้งร้าน การจัดวางสินค้าและความสะอาดของร้าน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 30,000บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือความสะอาดของร้าน และบรรยากาศภายในร้านเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์	3.64 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	3.34 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การแต่งกายของ พนักงาน	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	3.74 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.88 (มาก)
การบริการของ พนักงานขาย	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	3.74 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)	4.09 (มาก)	3.77 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74, 3.67, 3.71, 3.53, 4.00)

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.13, 4.22, 3.77) มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานชาย (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานชาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)
ด้านราคา	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	4.12 (มาก)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)
ด้านสถานที่	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ด้านสถานที่

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา

รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา และด้านสถานที่ เท่ากัน