

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านสะดวกซื้อสายชวลมินิมาร์ท อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41- 50 ปี การศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา มีอาชีพ เกษตรกร และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่รู้จักร้านสายชวลมินิมาร์ท จากป้ายหน้าร้าน โดยมีความถี่ในการมาใช้บริการทุกวัน และเดือนละครั้งมากที่สุดเป็นจำนวนที่เท่ากัน และช่วงเวลามาใช้บริการที่ร้านสายชวลมินิมาร์ท มากที่สุดคือ เวลา 18.01 - 21.00 น. โดยสินค้าที่ซื้อจากร้านสายชวลมินิมาร์ทเป็นประจำ คือ ขนมขบเคี้ยว จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านสายชวลมินิมาร์ท เป็นต่อการซื้อ 1 ครั้งคือ 51 - 100 บาท สำหรับการส่งเสริมการขายที่คิดว่าร้านสายชวลมินิมาร์ท ควรจะทำ คือ ลดราคาสินค้า และของแถมที่ชอบหรือสนใจมากที่สุด คือ กระเป๋าใส่ของ

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท รองลงมาคือคุณภาพของสินค้าและความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า และสินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือการติดป้ายแสดงราคารองลงมาคือ ราคาสินค้า และราคามีหลายระดับให้เลือก

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน รองลงมา คือ บรรยากาศภายในร้าน และทำเลสถานที่ตั้งร้าน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน รองลงมาคือ การบริการของพนักงานชาย และการแต่งกายของพนักงาน

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อร้านสายชดมินมาร์ท

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีใบเสร็จให้ รองลงมาคือ จำนวนสินค้าไม่พอต่อความต้องการ และสินค้าที่ต้องการไม่มีหรือมีน้อย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีส่วนลดเงินสด รองลงมาคือ ราคาสินค้าแพงกว่าร้านอื่น และติดป้ายราคาสินค้าไม่ครบทุกชิ้น

**ปัญหาด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ วันเปิด-ปิด ไม่สม่ำเสมอ รองลงมาคือ ร้านปิดบ่อย และไม่มีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรก คือ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มีหรือมีน้อย รองลงมาคือ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และพนักงานคิดเงินผิดพลาดบ่อย

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด** จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด** จำแนกตามเพศ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศชาย มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านราคา เพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก มากกว่าด้านอื่น ส่วนเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา) มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านสถานที่ ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 48 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ	
	หญิง	ชาย
ด้านผลิตภัณฑ์	ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า ( 3.99 : มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (4.01 : มาก)
ด้านราคา	ราคามีหลายระดับให้เลือก (3.99: มาก)	คือ การติดป้ายแสดงราคา (4.08: มาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาดของร้าน ( 4.21 : มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.20: มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.06: มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ( 4.14: มาก)

#### 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 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

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก มากกว่าด้านอื่น

อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้ามากกว่าด้านอื่น

อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า และการติดป้ายแสดงราคา เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลสถานที่ตั้งร้าน มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** อายุไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงาน ชาย มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 49 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21- 30 ปี	31 - 40 ปี	41- 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปี ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้า ( 3.93 : มาก)	ความรวดเร็วในการ ชำระค่าสินค้า (4.29: มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ( 4.23 :มาก)	คุณภาพของสินค้า (3.98:มาก)	สินค้าทันสมัย ( 3.83 :มาก)	สินค้ามีให้เลือก หลายประเภท (4.00: มาก)
ด้านราคา	ราคามีหลายระดับให้ เลือก (3.93:มาก)	ราคาสินค้า(4.31:มาก)	ราคามีหลายระดับให้ เลือก (4.12:มาก)	การติดป้ายแสดงราคา ( 4.07:มาก)	ราคาสินค้า และการ ติดป้ายแสดงราคา (4.08: มาก)	ราคาสินค้า และการ ติดป้ายแสดงราคา (3.67: มาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาดของร้าน (4.07:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.56)มาก	ความสะอาดของร้าน (4.15:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.17:มาก)	ทำเลสถานที่ตั้งร้าน ( 4.00:มาก)	ทำเลสถานที่ตั้งร้าน (3.78:มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน ( 4.10:มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน (4.06:มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน (4.12:มาก )	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน ( 4.08: มาก)	การบริการของ พนักงานขาย (4.25: มาก)	ความมีมนุษย สัมพันธ์ของ พนักงาน (4.00:มาก )

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ ส่วนการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท และสินค้าทันสมัย เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท คุณภาพของสินค้า และสินค้าทันสมัย เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาอนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรีมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การคิดป้ายแสดงราคา มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถ มากกว่าด้านอื่น



การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

การศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน และบรรยากาศภายในร้าน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เวลาเปิดให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานชาย มากกว่าด้านอื่น

การศึกษามัศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานชาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานชาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 50 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัย	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.	อนุปริญญาปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ (4.26 : มาก)	คุณภาพของสินค้า และ ความรวดเร็วในการ คิดเงินค่าสินค้า (3.69 : มาก)	สินค้าทันสมัย (4.00 : มาก)	ความรวดเร็วในการ คิดเงินค่าสินค้า (4.06 : มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภท และสินค้า ทันสมัย เท่ากัน (4.00 : มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภท คุณภาพของ สินค้า และสินค้า ทันสมัย เท่ากัน (4.50 : มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคาสินค้า (4.24) มาก	ราคามีหลายระดับให้ เลือก (3.69) มาก	ราคาคงที่ (4.03) มาก	การคิดป้ายแสดงราคา (4.10) มาก	การคิดป้ายแสดงราคา (4.24) มาก	ราคาคงที่ (4.75) มากที่สุด
ด้านสถานที่	ส ต า น ที่ จ อ ด ร ถ (4.34) มาก	ความสะอาดของร้าน (4.15) มาก	ความสะอาดของร้าน (4.07) มาก	ความสะอาดของร้าน และบรรยากาศภายใน ร้าน เท่ากัน (4.26) มาก	ความสะอาดของร้าน (4.28) มาก	เวลาเปิดให้บริการ (4.50) มากที่สุด
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน (4.25 : มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน (4.08 : มาก)	การบริการของ พนักงานขาย (3.93 : มาก)	การแต่งกายของ พนักงาน การบริการ ของพนักงานขาย และ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน เท่ากัน (3.81 : มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงาน (4.34 : มาก)	การบริการของ พนักงานขาย และความ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน (4.00 : มาก)



#### 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา เกษตรกร เจ้าของกิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ด้านสถานที่ ส่วนอาชีพ ข้าราชการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพข้าราชการ แม่บ้าน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้าทันสมัย และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้าทันสมัย และความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร และแม่บ้าน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า มากกว่าด้านอื่น

อาชีพข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาคงที่ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การคิดป้ายแสดงราคา มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้าและการคิดป้ายแสดงราคา มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ แม่บ้าน และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะดวกของร้าน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเกษตรกร และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถ มากกว่าด้านอื่น

อาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การตกแต่งร้าน และการจัดวางสินค้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ เวลาเปิดให้บริการ มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา เกษตรกร เจ้าของกิจการ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย มากกว่าด้านอื่น

อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานขาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 51 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อาชีพ							
	นักเรียนหรือนักศึกษา	เกษตรกร	ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้า (3.90:มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า เท่ากัน (4.40:มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (4.36:มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้าทันสมัยและความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน (3.93:มาก)	คุณภาพของสินค้า (3.57:มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.52: มาก)	สินค้าทันสมัยและความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า เท่ากัน (3.93 : มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ (4.21:มาก)
ด้านราคา	ราคามีหลายระดับให้เลือก (3.98:มาก)	ราคาสินค้า (4.31:มาก)	ราคาคงที่ (4.42:มาก)	การคิดป้ายแสดงราคา (3.93:มาก)	ราคาคงที่ (3.71:มาก)	ราคาสินค้า (3.67:มาก)	ราคาสินค้าและการคิดป้ายแสดงราคา (3.63:มาก)	ราคามีหลายระดับให้เลือก (4.07:มาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาดของร้าน (4.12:มาก)	สถานที่จอดรถ (4.40:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.21:มาก)	การตกแต่งร้าน และการจัดวางสินค้า เท่ากัน (4.13:มาก)	เวลาเปิดให้บริการ (4.14:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.15:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.63:มาก)	สถานที่จอดรถ (4.21:มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การบริการของพนักงานขาย (4.24:มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (3.93:มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.29:มาก )	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.27:มาก)	การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานขาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ (4.00: มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.27: มาก )	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.38:มาก )	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (4.50: มาก)

#### 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ด้านราคา และด้านสถานที่ เท่ากัน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001 - 20,000 บาท และรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการคิดเงินค่าสินค้า มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท คุณภาพของสินค้า และสินค้าทันสมัย มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การติดป้ายแสดงราคา มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคางoods ที่มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 20,001-30,000บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้า มากกว่าด้านอื่น

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ทำเลสถานที่ตั้งร้าน การจัดวางสินค้า และความสะอาดของร้าน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 30,000บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความสะอาดของร้าน และบรรยากาศภายในร้านเท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย มากกว่าด้านอื่น

รายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การแต่งกายของพนักงาน การบริการของพนักงานขาย และความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The elephant's trunk is curled upwards towards the lamp. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (4.19 : มาก)	ความรวดเร็วในการคิดเงินค่า สินค้า (3.80: มาก)	ความรวดเร็วในการคิดเงินค่า สินค้า (4.03 : มาก)	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท คุณภาพของสินค้าและสินค้า ทันสมัย (3.84 : มาก)	ความรวดเร็วในการคิดเงินค่า สินค้า (4.00 : มาก)
ด้านราคา	ราคามีหลายระดับให้เลือก (4.17:มาก)	การคิดป้ายแสดงราคา (3.90:มาก)	ราคาคงที่ (4.26: มาก)	ราคาสินค้า (3.90: มาก)	การคิดป้ายแสดงราคา (4.25: มาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาดของร้าน (4.21:มาก)	ความสะอาดของร้าน (4.24)มาก	ทำเลสถานที่ตั้งร้าน การจัด วางสินค้า และความสะอาด ของร้าน เท่ากัน (4.17)มาก	ความสะอาดของร้าน (4.16:มาก)	ความสะอาดของร้าน และ บรรยากาศภายในร้านเท่ากัน (4.25: มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน (4.13: มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน (4.22: มาก)	การบริการของพนักงานขาย (4.29: มาก)	ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน (3.77: มาก)	การแต่งกายของพนักงาน การ บริการของพนักงานขาย และ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงาน เท่ากัน(4.50: มาก ที่สุด)



## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านสะดวกซื้อสายชวลมินิมาร์ท อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจริญทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านสถานที่ และสอดคล้องกับบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านสถานที่ แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เลอพงษ์ คงเจริญ (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางลำดับแรกด้านผลิตภัณฑ์

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากสอดคล้องกับการศึกษาของจรรยา เจริญทรัพย์ (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างคาร์ฟูร์ สาขาเชียงใหม่ และการศึกษาของบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544) ที่ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค

แต่สำหรับปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท และผลการศึกษาของ จรรยา เจริญทรัพย์ (2545) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีสินค้าหลากหลายประเภทที่ต้องการ และบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ สินค้ามีให้เลือกหลายชนิด และผลการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การมีสินค้าตรงความต้องการ

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากสอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) และ

การศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544) แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านราคาในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ การติดป้ายแสดงราคา และผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าตรงกับป้ายราคา และผลการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การมีป้ายราคาสินค้าที่สังเกตเห็นได้ชัด และบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสม

**ปัจจัยด้านสถานที่** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากสอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของจรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) และการศึกษาของบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) และการศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544)

แต่สำหรับปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดของร้าน และผลการศึกษาของ บุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสะอาดภายในร้านสะดวกซื้อ แต่ผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การจัดวางตำแหน่ง (แผนผัง) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกคือ การมีรถเข็นและตะกร้าไว้ให้บริการ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากสอดคล้องกับการศึกษาของพงศา นวมครุฑ (2544) แต่ไม่เหมือนกับการศึกษา ของบุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย และการศึกษาของจรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และผลการศึกษาของ จรรยา เจียมหาทรัพย์ (2545) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ลำดับแรกคือ สินค้าที่ลงโฆษณา มีจำหน่ายจริงตามที่ได้ระบุไว้ และผลการศึกษาของ บุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การโฆษณา แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา

ของ พงศา นวมครุฑ (2544) พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกคือ การแจกแผ่นพับรายการสินค้าราคาพิเศษ

### ข้อค้นพบ

จากข้อมูลที่ศึกษาพบว่า สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักร้านสายชลมินิมาร์ท น้อยกว่าสื่ออื่นๆ คือ สื่อวิทยุ การส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบน้อยกว่าการส่งเสริมการขายอื่นๆ คือ สะสมแต้ม คุปองเงินสด ชิงโชค สำหรับของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถาม สนใจน้อยกว่าชนิดอื่น คือ งาน กระดาษทิชชู พวงกุญแจ สมุดบันทึกเล็ก กล่องพลาสติก สำหรับช่วงเวลา ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการน้อยกว่าช่วงอื่น คือ ช่วงเวลา 12.01 – 15.00 น.

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีข้อค้นพบดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านบริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้าน บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านสินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า การศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้าน บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ส่วนการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้านสินค้าทันสมัยและบริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียนนักศึกษา เกษตรกร ข้าราชการ เจ้าของกิจการ และอื่นๆ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ส่วนอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจเกือบทุกด้านที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ราคาคงที่

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศหญิงมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาคงที่ ที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 21-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้าน ราคาคงที่ ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้าน ราคา มีหลายระดับให้เลือก และราคาคงที่

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า การศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน ราคาคงที่

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าอาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ด้าน ราคาคงที่ ส่วนอาชีพแม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้าน ราคา มีหลายระดับให้เลือก และราคาคงที่ ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน ราคาคงที่ ส่วนกลุ่มรายได้อื่นที่เหลือมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

**ปัจจัยด้านสถานที่** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านเวลาเปิดให้บริการ ส่วนกลุ่มอายุอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน เวลาเปิดให้บริการ ส่วนการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้าน การตกแต่งร้าน และ เวลาเปิดให้บริการ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้าน เวลาเปิดให้บริการ ส่วนอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ

ปานกลาง ด้าน สถานที่จอดรถ และความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า ส่วนอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน ความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า และเวลาเปิดให้บริการ ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นที่เหลือมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า รายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้านเวลาเปิดให้บริการ ส่วนกลุ่มรายได้อื่นที่เหลือมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้าน การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ส่วนอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้าน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา และ ปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ส่วนการศึกษามัธยมตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพเกษตรกร เจ้าของกิจการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ส่วนอาชีพข้าราชการ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้าน การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางด้านการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ส่วนรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ด้าน การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม

ส่วนข้อค้นพบที่เกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าที่มีต่อร้านสายชลมินิมาร์ท 3 ลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีใบเสร็จให้ จำนวนสินค้าไม่พอต่อความต้องการ สินค้าที่ต้องการไม่มี



หรือมีน้อย ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีส่วนลดเงินสด ราคาสินค้าแพงกว่าร้านอื่น ติดป้ายราคาสินค้า ไม่ครบทุกชิ้น ด้านสถานที่ ได้แก่ วันเปิด-ปิด ไม่สม่ำเสมอ ร้านปิดบ่อย ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มีหรือมีน้อย ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม พนักงานคิดเงินผิดพลาดบ่อย

ตารางที่ 53 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจในการให้บริการจากน้อยไปหามาก

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
บริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.13	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	3.14	ปานกลาง
ราคาคงที่	3.34	ปานกลาง
การโฆษณา	3.43	ปานกลาง
เวลาเปิดให้บริการ	3.70	มาก
การแต่งกายของพนักงาน	3.88	มาก
เวลาปิดให้บริการ	3.89	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.91	มาก
สินค้าทันสมัย	3.91	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.92	มาก
การบริการของพนักงานขาย	3.93	มาก
ความรวดเร็วในการชำระค่าสินค้า	3.97	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.97	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.98	มาก
ราคามีหลายระดับให้เลือก	3.99	มาก
สถานที่จอดรถ	3.99	มาก
การตกแต่งร้าน	3.99	มาก
ราคาสินค้า	4.00	มาก
การติดป้ายแสดงราคา	4.02	มาก
การจัดวางสินค้า	4.03	มาก
ทำเลสถานที่ตั้งร้าน	4.04	มาก
บรรยากาศภายในร้าน	4.08	มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.10	มาก
ความสะอาดของร้าน	4.21	มาก



ตารางที่ 54 สรุปปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนมากไปหาจำนวนน้อย

ปัญหา	จำนวน (คน)
การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มีหรือน้อย	116
วันเปิด-ปิด ไม่สม่ำเสมอ	114
ไม่มีส่วนลดเงินสด	112
ไม่มีใบเสร็จให้	109
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	96
ร้านปิดบ่อย	87
จำนวนสินค้าไม่พอต่อความต้องการ	71
สินค้าที่ต้องการไม่มีหรือน้อย	62
ไม่เห็นป้ายร้านค้า	56
สินค้าขาดบ่อย	52
ราคาสินค้าแพงกว่าร้านอื่น	45
ติดป้ายราคาสินค้าไม่ครบทุกชิ้น	39
ไม่มีป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า	38
สินค้าเก่าปนกับสินค้าใหม่	32
ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า	30
สินค้าหมดอายุ	26
สถานที่คับแคบ	21
พนักงานคิดเงินผิดพลาดบ่อย	21
ไม่มีบริการขนส่งสินค้า	14
ที่ตั้งของร้านหายาก	3
การจัดวางแผนผังของร้านไม่สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า	3
การพูดจาของพนักงานไม่สุภาพ	1

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านสะดวกซื้อสายชลนิมาร์ท

อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะการเพื่อนำข้อมูลที่ได้ ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการบริการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นข้อมูลเบื้องต้น สำหรับผู้ที่สนใจจะลงทุนในกิจการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก โดยนำเสนอและอธิบายตามส่วนประสมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

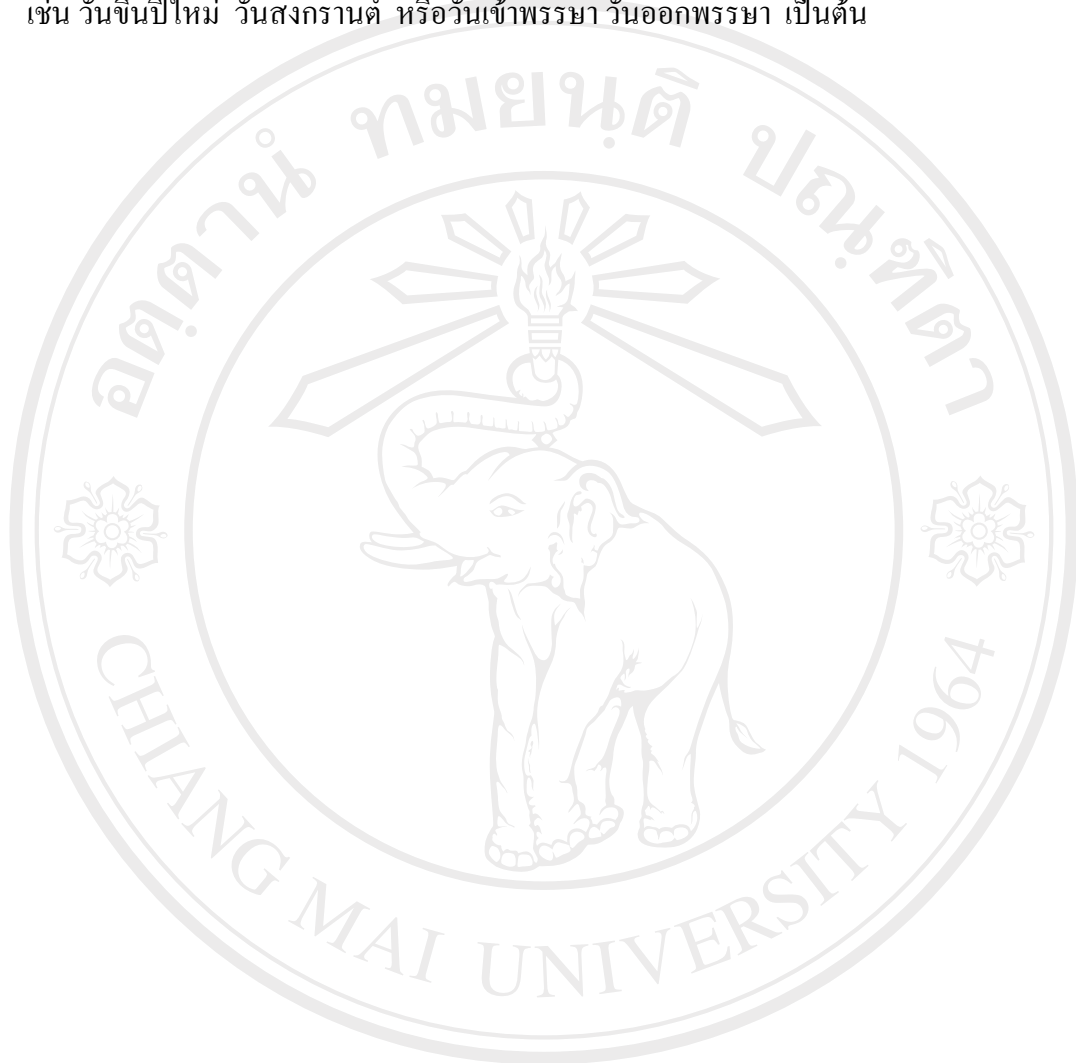
**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ควรจะมีใบเสร็จให้ลูกค้าทุกครั้ง หรือเมื่อลูกค้าร้องขอ และควรทำการตรวจเช็คสินค้าบนชั้นวางอย่าให้สินค้าขาดบ่อย และสินค้าเก่าหรือหมดอายุออกจากชั้นวาง การตั้งซื้อสินค้าควรให้สอดคล้องกับสินค้าที่ขายเพื่อป้องกันสินค้าขาดสต็อก และควรจะจัดบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าถามหาบ่อยๆ ที่ทางร้านไม่มี เพื่อนำมาพิจารณาในการนำสินค้ามาขายต่อไป

**ปัจจัยด้านราคา** ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามีข้อเสนอแนะด้านราคา ที่ควรแก้ไข ดังนี้ ควรมีการสำรวจราคาจากคู่แข่งชั้นในบริเวณเดียวกันเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับราคาที่จำหน่ายในร้านอยู่เสมอ ซึ่งถ้าหากราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก ก็ทำให้โอกาสในการขายลดลง และควรสำรวจการติดป้ายราคาสินค้าให้ครบทุกชั้นอย่างสม่ำเสมอ ถ้าเป็นไปได้ควรพิจารณาการให้เครดิตกับลูกค้ากลุ่มหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพราะเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าครั้งละมากๆ และอาจทำให้ได้ลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น

**ปัจจัยด้านสถานที่** ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามีข้อเสนอแนะด้านสถานที่ ที่ควรแก้ไข ดังนี้ วันเปิด-ปิด ร้าน ควรเปิดให้สม่ำเสมอและตรงต่อเวลาตามที่ติดป้าย ไม่ควรจะปิดร้านบ่อยหรือถ้าจะปิดร้านควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า และแจ้งกำหนดวันที่เปิดใหม่ให้ชัดเจน และเพิ่มป้ายบอกตำแหน่งของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหาสินค้าได้ง่ายขึ้น การวางแผนผังภายในร้านควรจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ ให้มีการเดินซื้อของภายในร้านให้สะดวก และควรเปิดเพลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายในช่วงเวลาการเดินดูสินค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าอยู่ในร้านนานมากขึ้น ทำให้มีโอกาสในการขายสินค้าอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ถ้าเป็นไปได้ควรขยายร้านให้กว้างขวางและปรับปรุงร้านให้สะอาด นอกจากนี้ถ้าลูกค้าซื้อของมากควรมีบริการส่งสินค้า

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ข้อมูลที่ได้จากการศึกษามีข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ควรแก้ไข ดังนี้ ทางร้านควรเพิ่มโฆษณาทางวิทยุชุมชนให้มากขึ้น ถึงแม้จะทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะทำให้ลูกค้ารู้จักร้านมาก ควรให้ความสำคัญในการจัดรายการส่งเสริมการขาย ให้มากขึ้น โดยมีจัดรายการลดราคา เช่น ลดราคาสินค้าพิเศษ โดยจัดร่วมกับรายการส่งเสริมการขายของบริษัทที่ขายสินค้าเพื่อจะได้สินค้าในราคาที่ถูกลง ซึ่งอาจคิดกำไรน้อยแต่ก็ถือว่า เป็นการกระตุ้นยอดขายในสินค้าอื่นด้วย และปัญหาการคิดเงินผิดพลาดของ

พนักงานขาย ควรแก้ไขโดยการออกใบเสร็จให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจเช็คได้ทันที  
ควรให้ความสำคัญในการจัดรายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ  
เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ หรือวันเข้าพรรษา วันออกพรรษา เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved