บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเจ้าของกิจการทั้งปลีกและส่งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของปอ เบเกอรี่ จำนวนทั้งสิ้น 52 ราย โดยนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตาม ประเภทการซื้อสินค้า จำนวนการซื้อสินค้า ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	21	40.38
หญิง	31	59.62
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง (ร้อยละ59.62) และเพศชาย (ร้อยละ40.38) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	21	40.38
31-40 ปี	9	17.31
41-50 ปี	14	26.93
มากกว่า 50 ปี	8	15.38
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีอายุ20-30 ปี ร้อยละ40.38 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ26.93) อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ17.31) และอายุมากกว่า 50 ปี (ร้อยละ 15.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	23	44.23
สมรส	26	50.00
หย่าหรือหม้าย	3	5.77
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ โสด (ร้อยละ44.23) และหย่าหรือหม้าย (ร้อยละ 5.77) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ตำแหน่งในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	26	50.00
ผู้จัดการ	6	11.54
ลูกจ้างทั่วไป	16	30.77
อื่น ๆ	4	7.69
รวม	**52**	**100.00**

หมายเหตุ: อื่น ๆ คือ ลูกเจ้าของกิจการ 4 ราย

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีตำแหน่งในกิจการเป็นเจ้าของกิจการ (ร้อยละ50.00) รองลงมาคือ ลูกจ้างทั่วไป (ร้อยละ30.77) ผู้จัดการ ร้อยละ11.54 และอื่นๆ (ร้อยละ 7.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6	11.54
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	3.85
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	19	36.54
อนุปริญญา / ปวส.	7	13.46
ปริญญาตรี	17	32.69
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	1	1.92
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. (ร้อยละ36.54) รองลงคือ ปริญญาตรี (ร้อยละ32.69) อนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 13.46) ประถมศึกษา (ร้อยละ 11.54) มัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 3.85) และปริญญาโท หรือ สูงกว่า (ร้อยละ 1.92) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ประเภทการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ค้าปลีก	42	80.77
ค้าส่ง	10	19.23
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นประเภทการซื้อสินค้าปลีก (ร้อยละ 80.77) และประเภทการซื้อสินค้าส่ง (ร้อยละ19.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่

การซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	5	9.62
อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	5	9.62
อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	13	25.00
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	23	44.23
อื่นๆ	6	11.53
รวม	**52**	**100.00**

หมายเหตุ: อื่น ๆ คือ เดือนละครั้ง 6 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีการซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ร้อยละ44.23) รองลงมาคือ อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ25.00) อื่นๆ (ร้อยละ 11.53) ทุกวัน และอาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ9.62) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโดยเฉลี่ยยอดซื้อสินค้าจากร้านปอ เบเกอรี่ในต่อครั้ง

โดยเฉลี่ยยอดซื้อสินค้าต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	15	28.85
500 – 1,000 บาท	27	51.92
1,001 – 1,500 บาท	7	13.46
1,501 – 2,000 บาท	3	5.77
มากกว่า 2,000 บาท	0	0.00
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โดยเฉลี่ยมียอดซื้อสินค้าจากร้านปอ เบเกอรี่ในต่อครั้ง 500 – 1,000 บาท (ร้อยละ51.92) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท (ร้อยละ 28.85) 1,001 – 1,500 บาท (ร้อยละ13.46) และ1,501 – 2,000 บาท (ร้อยละ 5.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขนมปัง	45	86.54
ขนมเค้ก	23	44.23
คุ้กกี้	28	53.85
ครัวซอง เดนิส	22	42.31
อื่นๆ	3	5.77

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ พายกรอบ 1 ราย ขนมปังกรอบ 2 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่ายประเภทขนมปัง (ร้อยละ86.54) รองลงมาคือ คุ้กกี้ (ร้อยละ53.85) ขนมเค้ก (ร้อยละ44.23) ครัวซอง เดนิส (ร้อยละ 42.31) และอื่นๆ (ร้อยละ 5.77) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการจดทะเบียน

ลักษณะของการจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	36	69.23
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3	5.77
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	0	0.00
บริษัทจำกัด	13	25.00
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีลักษณะของการจดทะเบียนเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 69.23) รองลงมาคือ บริษัทจำกัด (ร้อยละ 25.00) และห้างหุ้นส่วนสามัญ (ร้อยละ5.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	2	3.85
1-5 ปี	7	13.46
6-10 ปี	11	21.15
11-15 ปี	16	30.77
16-20 ปี	7	13.46
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	9	17.31
รวม	**52**	**100.00**

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี (ร้อยละ 30.77) รองลงมาคือ 6-10 ปี (ร้อยละ 21.15) มากกว่า 20 ปีขึ้นไป (ร้อยละ17.31) 1-5 ปี และ16-20 ปี มีระยะเวลาเท่ากัน (ร้อยละ 13.46) และต่ำกว่า 1 ปี (ร้อยละ 3.85) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านของท่าน

สถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียน	14	26.92
โรงงานอุตสาหกรรม	14	26.92
ตลาด	6	11.54
สถานที่ราชการ	2	3.85
ร้านค้าทั่วไป	12	23.08
อื่นๆ	4	7.69
รวม	**52**	**100.00**

หมายเหตุ: อื่น ๆ คือ โรงพยาบาล 4 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้าน คือ โรงเรียนและโรงงานอุตสาหกรรม มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 26.92) รองลงมา ตั้งอยู่ใกล้ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 23.08) ใกล้ตลาด (ร้อยละ 11.54) ใกล้อื่นๆ (ร้อยละ 7.69) และใกล้สถานที่ราชการ (ร้อยละ 3.85) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอื่นๆที่เลือกซื้อเบเกอรี่

ร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
ผึ้งน้อย	26	13.52
ฟาร์มเฮาส์	15	7.80
เลอแปง	10	5.20
แสงดาว	6	3.12
กะปุก	3	1.56
แก้วเบเกอรี่	3	1.56
เคเค	3	1.56
ไหมแก้ว	2	1.04
S&P	2	1.04
ขนมสี่พี่น้อง	2	1.04
จรัญเบเกอรี่	2	1.04
แดงเบเกอรี่	2	1.04
แซนวิช999	2	1.04
พรชนก	2	1.04
อื่นๆ	10	5.20

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ อึ้งซั่งเซ้ง 1 ราย ยูเอ็มเฮ้าส์ 1 ราย ขนมโนเนม 1 ราย ขนมไข่มด 2 ราย เจ๊หมวย 1 ราย จิ๊บแอนด์จอย 1 ราย จรรยา 1 ราย โดนัทน้องมายด์ 1 ราย มังกรทอง 1 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่ได้แก่ ผึ้งน้อย (ร้อยละ 13.52) รองลงมาคือ ฟาร์มเฮาส์ (ร้อยละ 7.80) เลอแปงและอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 5.20) ร้านแสงดาว (ร้อยละ 3.12) กะปุก แก้วเบเกอรี่ และเคเค มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.56) ร้านไหมแก้ว S&P ขนมสี่พี่น้อง จรัญเบเกอรี่ แดงเบเกอรี่ แซนวิช999 และพรชนก มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.04) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่ จากร้านปอ เบเกอรี่

เหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่	จำนวน	ร้อยละ
ความสวยงามของสินค้า	19	36.54
ยี่ห้อของสินค้า	17	32.69
คุณภาพของสินค้า	39	75.00
ราคาของสินค้าถูกกว่าที่อื่น	17	32.69
สินค้ามีหลากหลาย	25	48.08
สินค้ามีเอกลักษณ์	27	51.92
มีบริการส่งถึงที่	46	88.46
รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ	6	11.54
สะดวกในการสั่งซื้อ	39	75.00
บริการจัดส่งรวดเร็ว	31	59.62
สินค้ามีรสชาดอร่อย	32	61.54
อื่นๆ	1	1.92

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ จัดส่งตรงวันและเวลา 1 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีเหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่ จากร้านปอ เบเกอรี่ ได้แก่ มีบริการส่งถึงที่ (ร้อยละ 88.46) รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้า และสะดวกในการสั่งซื้อ มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 75.00) สินค้ามีรสชาติอร่อย (ร้อยละ 61.54) บริการจัดส่งรวดเร็ว (ร้อยละ 59.62) สินค้ามีเอกลักษณ์ (ร้อยละ 51.92) สินค้ามีหลากหลาย (ร้อยละ 48.08)ความสวยงามของสินค้า (ร้อยละ 36.54) ยี่ห้อของสินค้า และราคาของสินค้าถูกกว่าที่อื่น มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 32.69) รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ (ร้อยละ 11.54) และอื่นๆ (ร้อยละ 1.92)ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก		18	31	3		3.29	5
		34.62	59.62	5.77		ปานกลาง	
มีรสชาดอร่อย ถูกปาก		23	29			3.44	4
		44.23	55.77			ปานกลาง	
สะอาด ถูกสุขลักษณะ	1	25	26			3.52	3
	1.92	48.08	50.00			มาก	
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์		9	40	2	1	3.10	7
		17.31	76.92	3.85	1.92	ปานกลาง	
บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า		15	34	2	1	3.21	6
		28.85	65.38	3.85	1.92	ปานกลาง	
ความสดใหม่ ของสินค้า	1	34	17			3.69	1
	1.92	65.38	32.69			มาก	
สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน	4	25	22	1		3.62	2
	7.69	48.08	42.31	1.92		มาก	
มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด	2	22	25	3		3.44	4
	3.85	42.31	48.08	5.77		ปานกลาง	
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	1	7	38	6		3.06	8
	1.92	13.46	73.08	11.54		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.37** **ปานกลาง**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) สินค้ามีคุณภาพน่ารับประทาน(ค่าเฉลี่ย 3.62) สะอาด ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีรสชาดอร่อย ถูกปาก และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.44) ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.29) บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.10) และอายุการเก็บรักษาของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า		2	44	6		2.92	8
		3.85	84.62	11.54		ปานกลาง	
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ		14	38			3.27	6
		26.92	73.08			ปานกลาง	
ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ		7	45			3.13	7
		13.46	86.54			ปานกลาง	
ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ		27	25			3.52	2
		51.92	48.08			มาก	
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	1	28	22	1		3.56	1
	1.92	53.85	42.31	1.92		มาก	
มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	1	18	32		1	3.35	4
	1.92	34.62	61.54		1.92	ปานกลาง	
การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง	2	12	38			3.31	5
	3.85	23.08	73.08			ปานกลาง	
ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	4	12	35	1		3.37	3
	7.69	23.08	67.31	1.92		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.30 ปานกลาง**	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.35) การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก		11	39	2		3.17	4
		21.15	75.00	3.85		ปานกลาง	
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	1	26	25			3.54	1
	1.92	50.00	48.08			มาก	
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	1	26	20	5		3.44	3
	1.92	50.00	38.46	9.62		ปานกลาง	
จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	2	28	19	1	2	3.52	2
	3.85	53.85	36.54	1.92	3.85	มาก	
จัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง	2	9	37	4		3.17	4
	3.85	17.31	71.15	7.69		ปานกลาง	
มีสินค้าที่ต้องการเสมอ	1	7	27	16	1	2.83	5
	1.92	13.46	51.92	30.77	1.92	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.28** **ปานกลาง**	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับ คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.54) จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 3.52) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44) สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก และจัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และมีสินค้าที่ต้องการเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก		4	22	24	2	2.54	6
		7.69	42.31	46.15	3.85	ปานกลาง	
มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอ เบเกอรี่		3	13	29	7	2.23	8
		5.77	25.00	55.77	13.46	น้อย	
มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่	7	15	10	10	10	2.98	4
	13.46	28.85	19.23	19.23	19.23	ปานกลาง	
มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	1	6	24	12	9	2.58	5
	1.92	11.54	46.15	23.08	17.31	ปานกลาง	
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	2		26	14	10	2.42	7
	3.85		50.00	26.92	19.23	น้อย	
มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ	11	21	19	1		3.81	1
	21.15	40.38	36.54	1.92		มาก	
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือของพนักงาน	3	21	27	1		3.50	2
	5.77	40.38	51.92	1.92		มาก	
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ	2	22	28			3.50	2
	3.85	42.31	53.85			มาก	
โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน	1	5	46			3.13	3
	1.92	9.62	88.46			ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						**2.97 ปานกลาง**	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) ปัจจัยย่อยให้ระดับความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 2.98) มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.58) มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.54) มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.42) และ มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอ เบเกอรี่ (ค่าเฉลี่ย 2.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่

ส่วนประสมการตลาด	**ค่าเฉลี่ย แปลผล**
ด้านผลิตภัณฑ์	3.37 ปานกลาง
ด้านราคา	3.30 ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.28 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.97 ปานกลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ เรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

การซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่	**ค้าปลีก**	**ค้าส่ง**
	จำนวน	**จำนวน**
	ร้อยละ	**ร้อยละ**
ทุกวัน	5	0
	11.90	0.00
อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	5	0
	11.90	0.00
อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง	12	1
	28.57	10.00
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	18	5
	42.86	50.00
อื่นๆ	2	4
	4.76	40.00
รวม	**42**	**10**
	100.00	**100.00**

หมายเหตุ: อื่น ๆ คือ เดือนละครั้ง 6 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีการซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ร้อยละ42.86) รองลงมาคือ อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ28.57) ทุกวัน และอาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ11.90) และอื่นๆ (ร้อยละ 4.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีการซื้อเบเกอรี่จากร้านปอ เบเกอรี่ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ร้อยละ50.00) รองลงมาคือ อื่นๆ (ร้อยละ 40.00) และอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ10.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของยอดซื้อสินค้าแต่ละครั้งโดนเฉลี่ยที่ซื้อสินค้าจากร้านปอ เบเกอรี่ในแต่ละครั้ง จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

โดยเฉลี่ยยอดซื้อสินค้าแต่ละครั้ง	**ค้าปลีก**	**ค้าส่ง**
	จำนวน	**จำนวน**
	ร้อยละ	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 500 บาท	15	0
	35.71	0.00
500 – 1,000 บาท	27	0
	64.29	0.00
1,001 – 1,500 บาท	0	7
	0.00	70.00
1,501 – 2,000 บาท	0	3
	0.00	30.00
รวม	**42**	**10**
	100.00	**100.00**

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก โดยเฉลี่ยมียอดซื้อสินค้าจากร้านปอ เบเกอรี่ในแต่ละครั้ง 500 – 1,000 บาท (ร้อยละ 64.29) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500 บาท (ร้อยละ 35.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก โดยเฉลี่ยมียอดซื้อสินค้าจากร้านปอ เบเกอรี่ในแต่ละครั้ง 1,001 – 1,500 บาท (ร้อยละ 70.00) รองลงมาคือ 1,501 – 2,000 บาท (ร้อยละ 30.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
ขนมปัง	39	6
	92.86	60.00
ขนมเค้ก	18	5
	42.86	50.00
คุ้กกี้	23	5
	54.76	50.00
ครัวซอง เดนิส	17	5
	40.48	50.00
อื่นๆ	0	3
	0.00	30.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ พายกรอบ 1 ราย ขนมปังกรอบ 2 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย ประเภทขนมปัง (ร้อยละ 92.86) รองลงมาคือ คุ้กกี้ (ร้อยละ54.76) ขนมเค้ก (ร้อยละ 42.86) และครัวซอง เดนิส (ร้อยละ 40.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปจำหน่าย ประเภทขนมปัง (ร้อยละ 60.00) รองลงมาคือ ขนมเค้ก คุ้กกี้ ครัวซอง เดนิส มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 50.00) และอื่นๆ (ร้อยละ 30.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของการจดทะเบียน จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ลักษณะของการจดทะเบียน	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	29	7
	69.05	70.00
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3	0
	7.14	0.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	0	0
	0.00	0.00
บริษัทจำกัด	10	3
	23.81	30.00
รวม	**42**	**10**
	100.00	**100.00**

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีลักษณะของการจดทะเบียนเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 69.05) รองลงมาคือ บริษัทจำกัด (ร้อยละ 23.81) และห้างหุ้นส่วนสามัญ (ร้อยละ7.14) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีลักษณะของการจดทะเบียนเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 70.00) รองลงมาคือ บริษัทจำกัด (ร้อยละ 30.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	2	0
	4.76	0.00
1-5 ปี	6	1
	14.29	10.00
6-10 ปี	6	5
	14.29	50.00
11-15 ปี	16	0
	38.10	0.00
16-20 ปี	5	2
	11.90	20.00
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	7	2
	16.67	20.00
รวม	**42**	**10**
	100.00	**100.00**

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี (ร้อยละ 38.10) รองลงมาคือ มากกว่า 20 ปีขึ้นไป (ร้อยละ16.67) 1-5 ปี และ6-10 ปี มีระยะเวลาเท่ากัน (ร้อยละ 14.29) 16-20 ปี (ร้อยละ 11.90) และต่ำกว่า 1 ปี (ร้อยละ 4.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ 6 -10 ปี (ร้อยละ 50.00) 16-20 ปี (ร้อยละ 20.00) และ1-5 ปี (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านของท่าน จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

สถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านของท่าน	**ค้าปลีก**	**ค้าส่ง**
	จำนวน	**จำนวน**
	ร้อยละ	**ร้อยละ**
โรงเรียน	13	1
	30.95	10.00
โรงงานอุตสาหกรรม	11	3
	26.19	30.00
ตลาด	3	3
	7.14	30.00
สถานที่ราชการ	2	0
	4.76	0.00
ร้านค้าทั่วไป	10	2
	23.81	20.00
อื่นๆ	3	1
	7.14	10.00
รวม	**42**	**10**
	100.00	**100.00**

หมายเหตุ: อื่น ๆ คือ โรงพยาบาล 4 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้าน คือโรงเรียน (ร้อยละ 30.95) รองลงมา โรงงานอุตสาหกรรม (ร้อยละ 26.19) ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 23.81) ใกล้ตลาด (ร้อยละ 7.14) ใกล้อื่นๆ (ร้อยละ 7.14) และ ใกล้สถานที่ราชการ (ร้อยละ 4.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีสถานที่ที่ตั้งอยู่ใกล้ร้าน คือโรงงานอุตสาหกรรม และ ใกล้ตลาด มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 30.00) รองลงมา ตั้งอยู่ใกล้ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 20.00) ใกล้ โรงเรียน และที่อื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
ผึ้งน้อย	25	1
	59.52	10.00
ฟาร์มเฮาส์	12	3
	28.57	30.00
เลอแปง	9	1
	21.43	10.00
แสงดาว	4	2
	9.52	20.00
กะปุก	1	2
	2.38	20.00
แก้วเบเกอรี่	2	1
	4.76	10.00
เคเค	2	1
	4.76	10.00
ไหมแก้ว	0	2
	0.00	20.00
S&P	2	0
	4.76	0.00
ขนมสี่พี่น้อง	2	0
	4.76	0.00
จรัญเบเกอรี่	2	0
	4.76	0.00
แดงเบเกอรี่	2	0
	4.76	0.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
แซนวิช999	2	0
	4.76	0.00
พรชนก	2	0
	4.76	0.00
อื่นๆ	8	2
	19.05	20.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ อึ้งซั่งเซ้ง 1 ราย ยูเอ็มเฮ้าส์ 1 ราย ขนมโนเนม 1 ราย ขนมไข่มด 2 ราย เจ๊หมวย 1 ราย จิ๊บแอนด์จอย 1 ราย จรรยา 1 ราย โดนัทน้องมายด์ 1 ราย มังกรทอง 1 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่ได้แก่ ผึ้งน้อย (ร้อยละ 59.52) รองลงมาคือ ฟาร์มเฮาส์ (ร้อยละ 28.57) เลอแปง (ร้อยละ 21.43) ร้านอื่นๆ (ร้อยละ 19.05) ร้านแสงดาว (ร้อยละ 9.52) แก้วเบเกอรี่ เคเค S&P ขนมสี่พี่น้อง จรัญเบเกอรี่ แดงเบเกอรี่ แซนวิช999 และพรชนก มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 1.56) และร้านกะปุก (ร้อยละ 2.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีร้านอื่นๆ ที่เลือกซื้อเบเกอรี่ได้แก่ ฟาร์มเฮาส์ (ร้อยละ 30.00) รองลงมาคือ ร้านแสงดาว กะปุก ไหมแก้ว และร้านอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 20.00) ผึ้งน้อย เลอแปง แก้วเบเกอรี่ และเคเค มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่ จากร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

เหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่	ค้าปลีก	ค้าส่ง
	จำนวน	จำนวน
	ร้อยละ	ร้อยละ
ความสวยงามของสินค้า	18	1
	42.86	10.00
ยี่ห้อของสินค้า	16	1
	38.10	10.00
คุณภาพของสินค้า	30	9
	71.43	90.00
ราคาของสินค้าถูกกว่าที่อื่น	15	2
	35.71	20.00
สินค้ามีหลากหลาย	22	3
	52.38	30.00
สินค้ามีเอกลักษณ์	19	8
	45.24	80.00
มีบริการส่งถึงที่	36	10
	85.71	100.00
รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ	5	1
	11.90	10.00
สะดวกในการสั่งซื้อ	33	6
	78.57	60.00
บริการจัดส่งรวดเร็ว	28	3
	66.67	30.00
สินค้ามีรสชาดอร่อย	25	7
	59.52	70.00
อื่นๆ	1	0
	2.38	0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และ อื่น ๆ คือ จัดส่งตรงวันและเวลา 1 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค้าปลีกส่วนมาก มีเหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่ จากร้านปอ เบเกอรี่ ได้แก่ มีบริการส่งถึงที่ (ร้อยละ 85.71) รองลงมาคือ สะดวกในการสั่งซื้อ (ร้อยละ 78.57) คุณภาพของสินค้า (ร้อยละ 71.43) บริการจัดส่งรวดเร็ว (ร้อยละ 66.67) สินค้ามีรสชาติอร่อย (ร้อยละ 59.52) สินค้ามีหลากหลาย (ร้อยละ 52.38) สินค้ามีเอกลักษณ์ (ร้อยละ 45.24) ความสวยงามของสินค้า (ร้อยละ 42.86) ยี่ห้อของสินค้า(ร้อยละ 38.10) ราคาของสินค้าถูกกว่าที่อื่น (ร้อยละ 35.71) รายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ (ร้อยละ 11.90) และอื่นๆ (ร้อยละ 2.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามค้าส่งส่วนมาก มีเหตุผลที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อขนมเบเกอรี่ จากร้านปอ เบเกอรี่ ได้แก่ มีบริการส่งถึงที่ (ร้อยละ 100.00) รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้า (ร้อยละ 90.00) สินค้ามีเอกลักษณ์ (ร้อยละ 80.00) สินค้ามีรสชาติอร่อย (ร้อยละ 70.00) สะดวกในการสั่งซื้อ (ร้อยละ 60.00) สินค้ามีหลากหลาย และบริการจัดส่งรวดเร็ว มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 30.00) ราคาของสินค้าถูกกว่าที่อื่น (ร้อยละ 20.00) ความสวยงามของสินค้า ยี่ห้อของสินค้า และรายการส่งเสริมการขายน่าสนใจ มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า จำนวนการซื้อสินค้า ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทการซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ค้าปลีก n=42	ค้าส่ง n=10	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	3.10	3.33	3.29
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีรสชาดอร่อย ถูกปาก	3.40	3.45	3.44
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.70	3.48	3.52
	มาก	ปานกลาง	มาก
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.00	3.12	3.10
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า	3.30	3.19	3.21
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสดใหม่ ของสินค้า	3.60	3.71	3.69
	มาก	มาก	มาก
สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน	3.40	3.67	3.62
	ปานกลาง	มาก	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด	3.20	3.50	3.44
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	3.20	3.02	3.06
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.32**	**3.39**	**3.37**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.37) จำแนกเป็นประเภทค้าปลีก (ค่าเฉลี่ย 3.32) และประเภทค้าส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.39)

โดยประเภทค้าปลีก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสดใหม่ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีรสชาดอร่อย ถูกปาก และสินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ประเภทค้าส่ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ด้านราคา	ประเภทการซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ค้าปลีก n=42	ค้าส่ง n=10	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า	2.90	2.93	2.92
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.10	3.31	3.27
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ	3.20	3.12	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.60	3.50	3.52
	มาก	มาก	มาก
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.40	3.60	3.56
	ปานกลาง	มาก	มาก
มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	3.40	3.33	3.35
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง	3.30	3.31	3.31
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	3.40	3.36	3.37
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล	**3.29**	**3.31**	**3.30**
	ปานกลาง	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.30) จำแนกเป็น ประเภทค้าปลีก (ค่าเฉลี่ย 3.29) และประเภทค้าส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยประเภทค้าปลีก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และการคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ประเภทค้าส่ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทการซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ค้าปลีก n=42	ค้าส่ง n=10	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก	3.00	3.21	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.30	3.60	3.54
	ปานกลาง	มาก	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.50	3.43	3.44
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.40	3.55	3.52
	ปานกลาง	มาก	มาก
จัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง	2.90	3.24	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าที่ต้องการเสมอ	2.60	2.88	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.12**	**3.32**	**3.28**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) จำแนกเป็น ประเภทค้าปลีก (ค่าเฉลี่ย 3.12) และประเภทค้าส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

โดยประเภทค้าปลีก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประเภทค้าส่ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทการซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ค้าปลีก n=42	ค้าส่ง n=10	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก	2.70	2.50	2.54
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอเบเกอรี่	2.20	2.24	2.23
	น้อย	น้อย	น้อย
มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่	2.80	3.02	2.98
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	2.50	2.60	2.58
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	2.30	2.45	2.42
	น้อย	ปานกลาง	น้อย
มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ	3.50	3.88	3.81
	มาก	มาก	มาก
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน	3.50	3.50	3.50
	มาก	มาก	มาก
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ	3.20	3.57	3.50
	ปานกลาง	มาก	มาก
โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน	3.00	3.17	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.86**	**2.99**	**2.97**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.97) จำแนกเป็นประเภทค้าปลีก (ค่าเฉลี่ย 2.86) และประเภทค้าส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.99)

โดยประเภทค้าปลีก มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ และความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และโรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ประเภทค้าส่ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่

ด้านผลิตภัณฑ์	**การซื้อสินค้า**		**ค่าเฉลี่ยแปลผล**
	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 23	**มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 29**	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	**ค่าเฉลี่ยแปลผล**	
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	3.30	3.28	3.29
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีรสชาดอร่อย ถูกปาก	3.43	3.45	3.44
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.57	3.48	3.52
	มาก	ปานกลาง	มาก
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.22	3.00	3.10
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า	3.35	3.10	3.21
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสดใหม่ ของสินค้า	3.57	3.79	3.69
	มาก	มาก	มาก
สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน	3.70	3.55	3.62
	มาก	มาก	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด	3.48	3.41	3.44
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	2.96	3.14	3.06
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล	**3.40**	**3.36**	**3.37**
	ปานกลาง	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.37) จำแนกเป็น ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.40) และซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) สะอาด ถูกสุขลักษณะ และความสดใหม่ ของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และสะอาด ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา จำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่

ด้านราคา	การซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 23	มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 29	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า	2.96	2.90	2.92
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.30	3.24	3.27
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ	3.22	3.07	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.48	3.55	3.52
	ปานกลาง	มาก	มาก
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.48	3.62	3.56
	ปานกลาง	มาก	มาก
มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	3.39	3.31	3.35
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง	3.35	3.28	3.31
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	3.43	3.31	3.37
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.33**	**3.28**	**3.30**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.30) จำแนกเป็น ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ และราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.48) ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่

ด้านการจัดจำหน่าย	การซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 23	มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 29	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก	3.04	3.28	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.57	3.52	3.54
	มาก	มาก	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.48	3.41	3.44
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.70	3.38	3.52
	มาก	ปานกลาง	มาก
จัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง	3.30	3.07	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าที่ต้องการเสมอ	2.91	2.76	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.33**	**3.24**	**3.28**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.28) จำแนกเป็น ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.33) และซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.24)

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) และจัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่

ด้านการส่งเสริมการตลาด	การซื้อสินค้า		ค่าเฉลี่ยแปลผล
	อาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 23	มากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง n = 29	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก	2.57	2.52	2.54
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอเบเกอรี่	2.26	2.21	2.23
	น้อย	น้อย	น้อย
มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่	2.70	3.21	2.98
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	2.61	2.55	2.58
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	2.26	2.55	2.42
	มาก	ปานกลาง	น้อย
มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ	4.00	3.66	3.81
	มาก	มาก	มาก
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน	3.65	3.38	3.50
	มาก	ปานกลาง	มาก
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ	3.65	3.38	3.50
	มาก	ปานกลาง	มาก
โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน	3.17	3.10	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.99**	**2.95**	**2.97**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกจำนวนครั้งในการซื้อเบเกอรี่ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 2.97) จำแนกเป็น ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.99) และซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.95)

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และโรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อมากกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า			ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 500 บาท n = 15	501-1,000 บาท n = 27	มากกว่า 1,000 บาท n = 10	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	3.20	3.41	3.10	3.29
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีรสชาดอร่อย ถูกปาก	3.33	3.52	3.40	3.44
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.47	3.48	3.70	3.52
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.00	3.19	3.00	3.10
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า	3.27	3.15	3.30	3.21
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสดใหม่ ของสินค้า	3.73	3.70	3.60	3.69
	มาก	มาก	มาก	มาก
สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน	3.53	3.74	3.40	3.62
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด	3.40	3.56	3.20	3.44
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	3.07	3.00	3.20	3.06
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.33**	**3.42**	**3.32**	**3.37**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.37) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.33) 501-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.42) และมากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.32)

โดยยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และสะอาด ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า 501-1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สะอาด ถูกสุขลักษณะ(ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีรสชาดอร่อย ถูกปาก และสินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา จำแนกตามยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า

ด้านราคา	ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า			ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 500 บาท n = 15	501-1,000 บาท n = 27	มากกว่า 1,000 บาท n = 10	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า	2.87	2.96	2.90	2.92
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.20	3.37	3.10	3.27
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ	3.00	3.19	3.20	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.40	3.56	3.60	3.52
	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.53	3.63	3.40	3.56
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	3.27	3.37	3.40	3.35
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง	3.20	3.37	3.30	3.31
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	3.20	3.44	3.40	3.37
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.21**	**3.36**	**3.29**	**3.30**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.21) 501-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.36) และมากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า 501-1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง(ค่าเฉลี่ย 3.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย	ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า			ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 500 บาท n = 15	501-1,000 บาท n = 27	มากกว่า 1,000 บาท n = 10	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก	3.20	3.22	3.00	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.53	3.63	3.30	3.54
	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.27	3.52	3.50	3.44
	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.47	3.59	3.40	3.52
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
จัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง	3.13	3.30	2.90	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าที่ต้องการเสมอ	2.80	2.93	2.60	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.23**	**3.36**	**3.12**	**3.28**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.23) 501-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.36) และมากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.12)

โดยยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.53) จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า 501-1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีจัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า			ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 500 บาท n = 15	501-1,000 บาท n = 27	มากกว่า 1,000 บาท n = 10	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก	2.47	2.52	2.70	2.54
	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอ เบเกอรี่	2.07	2.33	2.20	2.23
	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่	3.27	2.89	2.80	2.98
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	2.80	2.48	2.50	2.58
	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	2.73	2.30	2.30	2.42
	ปานกลาง	น้อย	น้อย	น้อย
มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ	3.67	4.00	3.50	3.81
	มาก	มาก	มาก	มาก
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือของพนักงาน	3.40	3.56	3.50	3.50
	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ	3.40	3.67	3.20	3.50
	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน	3.13	3.19	3.00	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.99**	**2.99**	**2.86**	**2.97**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 500 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.99) 501-1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.99) และมากกว่า 1,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.86)

โดยยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า ต่ำกว่า 500 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า 501-1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ยอดเฉลี่ยการซื้อสินค้า มากกว่า 1,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดอายุ และความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.20) โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 5 ปี n = 9	6 - 10 ปี n = 11	11 – 15 ปี n = 16	มากกว่า16 ปี n = 16	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	3.33	3.09	3.31	3.38	3.29
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีรสชาดอร่อย ถูกปาก	3.33	3.45	3.50	3.44	3.44
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
สะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.44	3.55	3.50	3.56	3.52
	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก	มาก
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.44	2.91	2.81	3.31	3.10
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า	3.44	3.09	2.81	3.56	3.21
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ความสดใหม่ ของสินค้า	4.00	3.64	3.56	3.69	3.69
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน	3.67	3.27	3.63	3.81	3.62
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด	3.56	3.18	3.50	3.50	3.44
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
อายุในกิจการการเก็บรักษาของสินค้า	3.11	2.91	3.06	3.13	3.06
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.48**	**3.23**	**3.30**	**3.49**	**3.37**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.48) 6 - 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.23) 11 – 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.30) และมากกว่า16 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.49)

โดยระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) สะอาด ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีรสชาดอร่อย ถูกปาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีรสชาดอร่อย ถูกปาก สะอาด ถูกสุขลักษณ และมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด ค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า16 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความสดใหม่ ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) สะอาด ถูกสุขลักษณะ และบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ด้านราคา	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 5 ปี n = 9	6 - 10 ปี n = 11	11 – 15 ปี n = 16	มากกว่า16 ปี n = 16	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ความชัดเจนของป้ายราคาสินค้า	2.89	2.91	2.94	2.94	2.92
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.11	3.00	3.31	3.50	3.27
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ราคาสินค้าขายต่อแล้วมีกำไรสูงกว่าร้านอื่น ๆ	3.11	3.00	3.06	3.31	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.56	3.45	3.44	3.63	3.52
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.44	3.27	3.69	3.69	3.56
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	3.44	3.36	3.25	3.38	3.35
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง	3.33	3.36	3.31	3.25	3.31
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน	3.11	3.27	3.31	3.63	3.37
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.25**	**3.20**	**3.29**	**3.41**	**3.30**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.25) 6 - 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.20) 11 – 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมากกว่า16 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และมีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีส่วนลดกรณีซื้อเงินสด และการคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ การคิดเงินรวดเร็ว ถูกต้อง และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า16 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ราคาเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อ และระยะเวลาที่ให้เครดิตลูกค้าในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ(ค่าเฉลี่ย 3.50)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ด้านการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 5 ปี n = 9	6 - 10 ปี n = 11	11 – 15 ปี n = 16	มากกว่า16 ปี n = 16	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก	3.11	3.18	3.19	3.19	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.67	3.36	3.56	3.56	3.54
	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.67	3.27	3.31	3.56	3.44
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง
จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.78	3.45	3.25	3.69	3.52
	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
จัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง	3.44	3.09	3.06	3.19	3.17
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าที่ต้องการเสมอ	2.89	2.64	2.88	2.88	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.43**	**3.17**	**3.21**	**3.34**	**3.28**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.43) 6 - 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.17) 11 – 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมากกว่า16 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.34)

โดยระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความสะดวกในการสั่งซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และจัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า16 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 3.69) ความสะดวกในการสั่งซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56) สถานที่ตั้งติดต่อสะดวก และจัดส่งสินค้าตรงตามที่สั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ				ค่าเฉลี่ยแปลผล
	ต่ำกว่า 5 ปี n = 9	6 - 10 ปี n = 11	11 – 15 ปี n = 16	มากกว่า16 ปี n = 16	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ให้เป็นที่รู้จัก	2.44	2.82	2.56	2.38	2.54
	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง
มีการโฆษณาสินค้าของร้านปอ เบเกอรี่	1.89	2.27	2.25	2.38	2.23
	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย	น้อย
มีการแจกของขวัญให้ลูกค้าในช่วงปีใหม่	2.44	3.09	3.00	3.19	2.98
	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	2.67	2.55	2.50	2.63	2.58
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	2.44	2.36	2.50	2.38	2.42
	น้อย	น้อย	ปานกลาง	น้อย	น้อย
มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดตำแหน่งในกิจการ	3.56	3.64	3.81	4.06	3.81
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือของพนักงาน	3.33	3.45	3.50	3.63	3.50
	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ	3.33	3.45	3.38	3.75	3.50
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
โรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน	3.00	3.27	3.19	3.06	3.13
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.79**	**2.99**	**2.97**	**3.05**	**2.97**
แปลผล	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มีความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอ เบเกอรี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) จำแนกเป็น ต่ำกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.79) 6 - 10 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.99) 11 – 15 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.97) และมากกว่า16 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.05)

โดยระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดตำแหน่งในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) และโรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 - 10 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดตำแหน่งในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และโรงงานสะอาด ไม่ก่อมลภาวะให้ชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดตำแหน่งในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า16 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับเปลี่ยน / คืนสินค้าที่หมดตำแหน่งในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสุภาพและมารยาทของพนักงานส่งของ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อไม่เป็นที่รู้จัก	7	13.46
รสชาดไม่อร่อย ถูกปาก	-	-
สินค้าไม่สะอาด	-	-
บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม	8	15.38
บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสินค้า	5	9.62
สินค้าไม่สดใหม่	1	1.92
สินค้าไม่น่ารับประทาน	1	1.92
สินค้ามีให้เลือกน้อย	9	17.31
สินค้าหมดอายุเร็ว	11	21.15
ปัญหาอื่นๆ	5	9.62

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ คือ สินค้าขนาดไม่เท่ากัน 3 ราย ใส่เลขกำกับวันหมดอายุผิด 2 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากพบและต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขได้แก่ สินค้าหมดอายุเร็ว ร้อยละ 21.15 รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกน้อย ร้อยละ 17.31 บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ร้อยละ 15.38 ตรายี่ห้อไม่เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 13.46 บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสินค้า และปัญหาอื่นๆ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 9.62 สินค้าไม่สดใหม่ และสินค้าไม่น่ารับประทาน มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 1.92 และ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายราคาไม่ชัดเจน	12	23.08
ขนาดและปริมาณของสินค้าไม่เหมาะสมกับราคา	4	7.69
สินค้าขายต่อแล้วได้กำไรน้อย	-	-
ราคาแพงเกินไป	-	-
ราคาขายไม่คงที่	1	1.92
ไม่มีส่วนลดเงินสด	1	1.92
การคิดเงินผิดพลาดบ่อย	-	-
ระยะการให้สินเชื่อสั้นไป	-	-

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 45 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากพบและต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขได้แก่ ป้ายราคาไม่ชัดเจน ร้อยละ 23.08 รองลงมาคือ ขนาดและปริมาณของสินค้าไม่เหมาะสมกับราคา ร้อยละ 7.96 ราคาขายไม่คงที่ และไม่มีส่วนลดเงินสด มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 1.92 และ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของร้านไม่สะดวก	1	1.92
การติดต่อสั่งซื้อไม่สะดวก	-	-
การส่งของล่าช้า ไม่ตรงเวลา	5	9.62
ส่งสินค้าไม่สม่ำเสมอ	2	3.85
การส่งของไม่ตรงตามที่สั่ง	1	1.92
ในบางครั้งไม่มีสินค้าที่ต้องการ	24	46.15
ปัญหาอื่นๆ	-	-
ไม่พบปัญหา	28	53.85

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 46 พบว่าปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก พบและต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขได้แก่ ในบางครั้งไม่มีสินค้าที่ต้องการ ร้อยละ 46.15 รองลงมาคือ การส่งของล่าช้าไม่ตรงเวลา ร้อยละ 9.62 ส่งสินค้าไม่สม่ำเสมอ ร้อยละ 3.85 สถานที่ตั้งของร้านไม่สะดวก และการส่งของไม่ตรงตามที่สั่งมีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 1.92 และ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่)	24	46.15
ไม่มีการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จัก	34	65.38
ไม่มีของขวัญแจกให้ลูกค้า	16	30.77
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	18	34.62
ไม่มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ	13	25.00
ไม่มีการเปลี่ยน / คืน สินค้าที่หมดอายุ	1	1.92
พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์	-	-
พนักงานไม่สุภาพ	-	-
โรงงานปล่อยมลภาวะกระทบกับสิ่งแวดล้อม	-	-
ปัญหาอื่นๆ	-	-

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากพบปัญหาที่ต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขได้แก่ ไม่มีการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จัก ร้อยละ 65.38 มากที่สุด ส่วนรองลงมาคือ ไม่มีการโฆษณาชื่อร้าน (ปอ เบเกอรี่) ร้อยละ 46.15 ไม่มีสินค้าตัวอย่าง ร้อยละ 34.62 ไม่มีของขวัญแจกให้ลูกค้า ร้อยละ 30.77 ไม่มีการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมาก ๆ ร้อยละ 25.00 และไม่มีการเปลี่ยน / คืน สินค้าที่หมดอายุ ร้อยละ 1.92 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรคิดขนมใหม่ๆออกสู่ตลาด (13 ราย)

- ควรผลิตขนมใหม่ๆ ที่ตลาดต้องการ อาจจะทดลองส่งเสริมการตลาดดูก่อนว่า ลูกค้าต้องการอะไร, ผู้จำหน่ายสามารถส่งสินค้าได้ตามที่ผู้จำหน่ายต้องการ อาจจะมีใบสั่งซื้อให้ผู้จำหน่ายเลือกตามรูปภาพ (5 ราย)

- อยากให้มีขนมหลายชนิด หลายแบบไม่ซ้ำกัน ส่วนอื่นไม่มีแล้ว (8 ราย)

- ควรทำป้ายราคาตัวใหญ่กว่านี้ และควรทำโลโก้ตราปอเบเกอรี่ด้วย (2 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- อยากให้ขนมที่เป็นประเภทเดียวกันมีปริมาณ ขนาด ที่เท่ากันหน่อย คือ ให้เท่ากันกว่านี้ ยกตัวอย่าง ครัวซอง เดนิส(6 ราย)

- ควรมีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม (7 ราย)

- ทำสินค้าให้สม่ำเสมอกัน ไม่ใช่ใหญ่บ้าง น้อยบ้าง ทำให้เป็นมาตรฐานเหมือนกัน (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved