

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางคำอธิบายผลความหมาย โดยจะแบ่งข้อมูลการศึกษาเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ ความถี่ในการซื้อ ชนิด ปริมาณ และ สถานที่ซื้อน้ำแข็ง (ตารางที่ 1-10)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 11 - 15)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (ตารางที่ 16-20)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ (ตารางที่ 21-25)

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านค้าโรงน้ำแข็งทวิชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง (ตารางที่ 26 - 30)

ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 31)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 130 รายได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	32	24.60
หญิง	98	75.40
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.40 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 24.60

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21 – 30 ปี	29	22.30
31 – 40 ปี	69	53.10
41 – 50 ปี	29	22.30
51 – 60 ปี	3	2.30
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.10 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ อายุระหว่าง 41-50 ปี เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.30

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น	45	34.61
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	79	60.77
อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า	6	4.62
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี, ปริญญาโทหรือสูงกว่า

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.77 รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 34.61 และ ระดับอนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 4.62

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อต่อเดือน

ยอดสั่งซื้อต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	31	23.84
10,000 – 20,000 บาท	74	56.93
20,001 – 30,000 บาท	25	19.23
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อน้ำแข็งต่อเดือน ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะมียอดการสั่งซื้อต่อเดือน ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.93 รองลงมา ได้แก่ ยอดสั่งซื้อต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.84 และมียอดสั่งซื้อต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.23

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร/โรงแรม	31	23.85
ร้านเครื่องดื่ม	58	44.61
มินิมาร์ท / ร้านขายของชำ และขายส่งน้ำแข็ง	41	31.54
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินธุรกิจประเภท โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล สถานบันเทิง และอุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแปรรูป

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภท ร้านเครื่องดื่ม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.61 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ/ร้านขายส่งน้ำแข็ง คิดเป็นร้อยละ 31.54 ธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 23.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย

ความถี่ในการซื้อจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	122	93.80
อาทิตย์ละ 3 – 4 ครั้ง	8	6.20
รวม	130	100.00

หมายเหตุ: ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่สั่งซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย อาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง และ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความถี่ในการซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 93.80 รองลงมา ได้แก่ สั่งซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทิวชัย อาทิตย์ละ 3 – 4 ครั้ง

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของน้ำแข็งที่สั่งซื้อ

ชนิดของน้ำแข็งที่สั่งซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
น้ำแข็งหลอดเล็ก	95	73.07
น้ำแข็งหลอดใหญ่	81	62.31
น้ำแข็งก้อน	68	52.31
น้ำแข็งโม้	84	64.62
น้ำแข็งถุงแพ็ค	10	7.70

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก จะสั่งซื้อน้ำแข็งชนิดหลอดเล็กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.07 รองลงมา ได้แก่ น้ำแข็งโม้ คิดเป็นร้อยละ 64.62 น้ำแข็งหลอดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 62.31 น้ำแข็งก้อน คิดเป็นร้อยละ 52.31 และ น้ำแข็งถุงแพ็ค คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของรถบรรทุกที่ใช้ในการบรรทุกน้ำแข็ง

ลักษณะของรถบรรทุกที่ใช้ในการบรรทุกน้ำแข็ง	จำนวน	ร้อยละ
รถมอเตอร์ไซค์พ่วง	60	46.20
รถกระบะ	70	53.80
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถตู้สแตนเลสในการบรรทุกน้ำแข็ง

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้รถกระบะ ในการบรรทุกน้ำแข็งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาได้แก่ รถมอเตอร์ไซค์พ่วง คิดเป็นร้อยละ 46.20

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการสั่งซื้อน้ำแข็งต่อวัน

จำนวนการสั่งซื้อน้ำแข็งน้ำแข็งต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
2 กระสอบ / วัน	35	26.90
3 กระสอบ / วัน	13	10.00
4 กระสอบ / วัน	19	14.60
มากกว่า 5 กระสอบ / วัน	63	48.50
รวม	130	100.00

หมายเหตุ : ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนการสั่งซื้อน้ำแข็ง 1 กระสอบต่อวัน

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จะมีจำนวนการสั่งซื้อน้ำแข็งมากกว่า 5 กระสอบ ต่อวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา ได้แก่ สั่งซื้อน้ำแข็งจำนวน 2 กระสอบต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 26.90 สั่งซื้อน้ำแข็งจำนวน 4 กระสอบต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 14.60 และ สั่งซื้อน้ำแข็งจำนวน 3 กระสอบต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

สถานที่ซื้อน้ำแข็ง	จำนวน	ร้อยละ
โรงงานน้ำแข็งวังสิงห์คำ อินดัสทรี	32	22.54
โรงงานน้ำแข็งเวียงพิงค์	7	4.93
ไม่ได้ซื้อที่อื่น (ซื้อจากโรงงานน้ำแข็งทวีชัย)	103	72.53

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวีชัยโดยไม่ได้ซื้อจากโรงงานน้ำแข็งอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.53 และหากไม่ได้ซื้อที่โรงงานน้ำแข็งทวีชัยจะซื้อที่โรงงานน้ำแข็งวังสิงห์คำ อินดัสทรี คิดเป็นร้อยละ 22.54 และ โรงงานน้ำแข็งเวียงพิงค์ คิดเป็นร้อยละ 4.93 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าโรงน้ำแข็งทีวีชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากข้อมูลเกี่ยวกับระดับพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ โรงน้ำแข็งทีวีชัย จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 130 ราย ได้ผลดังตารางที่ 11 -15

ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทีวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. น้ำแข็งใสสะอาดปราศจาก ตะกอน และ สิ่งปนเปื้อน	9 (6.90)	61 (46.90)	52 (40.00)	8 (6.20)	0 (00.00)	3.54 (มาก)
2. ใต้น้ำแข็งปริมาณมาก	0 (0.00)	0 (0.00)	116 (89.20)	14 (10.80)	0 (00.00)	3.10 (ปานกลาง)
3. น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็น มาตรฐาน	11 (8.50)	73 (56.20)	41 (31.50)	5 (3.80)	0 (00.00)	3.69 (มาก)
4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้ น้ำแข็งละลายช้า	0 (0.00)	22 (16.90)	44 (33.80)	56 (43.10)	8 (6.20)	2.61 (ปานกลาง)
5. น้ำแข็งได้มาตรฐานตาม กระทรวงสาธารณสุข	7 (5.40)	104 (80.0)	19 (14.60)	0 (00.00)	0 (00.00)	3.90 (มาก)
6. สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับ ความต้องการของลูกค้า	0 (0.00)	14 (10.80)	92 (70.80)	24 (18.50)	0 (00.00)	2.92 (ปานกลาง)
7. ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความ น่าเชื่อถือ	0 (0.00)	9 (6.90)	25 (19.20)	92 (70.80)	4 (3.10)	2.30 (น้อย)
8. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม กับผลิตภัณฑ์	0 (0.00)	0 (0.00)	34 (26.20)	94 (72.30)	2 (1.50)	2.24 (น้อย)
9. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ	0 (0.00)	9 (6.90)	81 (62.30)	38 (29.20)	2 (1.50)	2.74 (ปานกลาง)
10. เครื่องชั่งน้ำหนักได้ มาตรฐาน	0 (0.00)	18 (13.80)	87 (66.90)	25 (19.20)	0 (0.00)	2.94 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์						2.99 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และ น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ ได้น้ำแข็งปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74

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 umbrella (parasol) with multiple tiers. 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 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ราคาขายใกล้เคียงกับโรง น้ำแข็งทั่วไป	8 (6.20)	74 (56.90)	40 (30.80)	8 (6.20)	0 (0.00)	3.63 (มาก)
2. ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป	0 (0.00)	3 (2.30)	50 (38.50)	74 (56.90)	3 (2.30)	2.40 (น้อย)
3. ราคามีความแน่นอนเป็นไป ตามกลไกตลาด	0 (0.00)	7 (5.40)	2 (1.50)	46 (35.40)	75 (57.70)	3.04 (ปานกลาง)
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	0 (0.00)	1.3 (10.00)	63 (48.50)	54 (41.50)	0 (0.00)	2.68 (ปานกลาง)
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	0 (0.00)	5 (3.80)	61 (46.90)	58 (44.60)	6 (4.60)	2.50 (ปานกลาง)
6. มีการให้เครดิตลูกค้าในการ ผ่อนชำระ	0 (0.00)	7 (5.40)	2 (1.50)	46 (35.40)	75 (57.70)	1.55 (น้อย)
7. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตร เครดิตได้	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (3.80)	74 (56.90)	51 (39.20)	1.65 (น้อย)
8. มีส่วนลดในกรณีซื้อปริมาณ มาก	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (9.20)	76 (58.50)	42 (32.30)	1.77 (น้อย)
9. มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด	0 (0.00)	3 (2.30)	18 (13.80)	84 (64.60)	25 (19.20)	1.99 (น้อย)
10. มีความถูกต้องในการคิด ค่าบริการ	6 (4.60)	28 (21.50)	80 (61.50)	16 (12.30)	0 (0.00)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา						2.44 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.44 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 ราคา

เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 และมีราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว	2 (1.50)	31 (23.80)	83 (63.80)	14 (10.80)	0 (0.00)	3.16 (ปานกลาง)
2. มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับ บริการ	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (36.90)	61 (46.90)	21 (16.20)	2.20 (น้อย)
3. มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ	0 (0.00)	19 (14.60)	90 (69.20)	21 (16.20)	0 (0.00)	2.98 (ปานกลาง)
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	0 (0.00)	42 (32.30)	63 (48.50)	21 (16.20)	4 (3.10)	3.10 (ปานกลาง)
5. มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง	0 (0.00)	3 (2.30)	39 (30.00)	55 (42.30)	33 (25.40)	2.09 (น้อย)
6. อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน	0 (0.00)	12 (9.20)	83 (63.80)	35 (26.90)	0 (0.00)	2.82 (ปานกลาง)
7. โรงงานสะอาด ถูก สุขลักษณะ	5 (3.80)	64 (49.20)	57 (43.80)	4 (3.10)	0 (0.00)	3.53 (มาก)
8. รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด	0 (0.00)	5 (3.80)	76 (58.50)	37 (28.50)	12 (9.20)	2.56 (ปานกลาง)
9. มีระบบสาธารณสุขปก อำนวยการความสะดวก	0 (0.00)	8 (6.20)	32 (24.60)	61 (46.80)	29 (22.30)	2.14 (น้อย)
10. อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้ บริการ	0 (0.00)	12 (9.20)	113 (86.90)	5 (3.80)	0 (0.00)	3.05 (ปานกลาง)
11. ทางเข้า-ออก สะดวก	0 (0.00)	11 (8.50)	57 (43.80)	58 (44.60)	4 (3.10)	2.57 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย						2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงน้ำแข็งทีวีชัย ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.75 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 ทางเข้า-ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	59 (45.4)	41 (31.5)	25 (19.20)	5 (3.8)	0 (0.00)	4.18 (มาก)
2. มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว	0 (0.00)	15 (11.5)	72 (55.40)	40 (30.80)	3 (2.30)	2.76 (ปานกลาง)
3. มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า	0 (0.00)	3 (2.30)	9 (6.90)	64 (49.20)	54 (41.50)	1.70 (น้อย)
4. มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่	0 (0.00)	6 (4.60)	11 (8.50)	103 (79.20)	10 (7.70)	2.56 (ปานกลาง)
5. มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาล ปีใหม่	2 (1.50)	9 (6.90)	9 (6.90)	64 (49.20)	46 (35.40)	2.05 (น้อย)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง	12 (9.20)	39 (30.00)	53 (40.80)	26 (20.00)	0 (0.00)	3.28 (ปานกลาง)
7. ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียง	0 (0.00)	3 (2.30)	21 (16.20)	88 (67.70)	18 (13.80)	2.06 (น้อย)
8. มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือกล่องรับความคิดเห็น	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (16.20)	94 (72.30)	15 (11.50)	2.04 (น้อย)
9. มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	0 (0.00)	0 (0.00)	93 (71.50)	34 (26.20)	3 (2.30)	2.69 (ปานกลาง)
10. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (16.90)	108 (83.10)	0 (0.00)	2.16 (น้อย)
11. มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (6.20)	83 (63.80)	39 (30.00)	1.76 (น้อย)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด						2.48 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.48 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 และ มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับ ความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.99	ปานกลาง	1
ด้านการจัดจำหน่าย	2.75	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.48	น้อย	3
ด้านราคา	2.44	น้อย	4

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวีชัย โดยเรียงลำดับความพึงพอใจดังนี้ ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ลำดับที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ลำดับที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และ ลำดับสุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าโรงน้ำแข็งทีวีชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามยอดการสั่งซื้อ

จากข้อมูลเกี่ยวกับระดับพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อโรงน้ำแข็งทีวีชัย จำแนกตามยอดการสั่งซื้อ ได้ผลดังตารางที่ 16 - 20

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทีวีชัย จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 10,000 (n=31)	10,000-20,000 (n=74)	20,001-30,000 (n=25)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	2.74 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.36 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
ด้านราคา	2.34 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ที่มียอดสั่งซื้อต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74

ผู้ที่มียอดสั่งซื้อต่อเดือน ระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

ผู้ที่มียอดสั่งซื้อต่อเดือน ระหว่าง 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยกว่า 10,000 (n=31)	10,000- 20,000 (n=74)	20,001- 30,000 (n=25)	
1. น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และ สิ่งปนเปื้อน	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)
2. ได้น้ำแข็งปริมาณมาก	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
3. น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน	3.87 (มาก)	3.55 (มาก)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)
4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า	2.67 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
5. น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวง สาธารณสุข	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)
6. สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ ของลูกค้า	2.83 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
7. ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ	2.12 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)
8. บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	2.00 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)
9. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความ น่าเชื่อถือ	2.61 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)
10. เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน	2.93 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกยอดการสั่งซื้อต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับยอดการสั่งซื้อต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95, 2.99 และ 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อน้ำแข็งมีปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,000 -20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อน้ำแข็งมีปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และ มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 20,001 -30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อน้ำแข็งมีปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 และ ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ และมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคา จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยกว่า 10,000 (n=31)	10,000- 20,000 (n=74)	20,001- 30,000 (n=25)	
1. ราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป	3.38 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)
2. ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป	2.16 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.40 (น้อย)
3. ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด	3.03 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.87 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	2.06 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)
6. มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ	1.45 (น้อยที่สุด)	1.58 (น้อย)	1.56 (น้อย)	1.54 (น้อย)
7. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้	1.61 (น้อย)	1.59 (น้อย)	1.84 (น้อย)	1.64 (น้อย)
8. มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก	1.64 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.96 (น้อย)	1.76 (น้อย)
9. มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด	2.09 (น้อย)	1.95 (น้อย)	1.96 (น้อย)	1.99 (น้อย)
10. มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา	2.34 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท และ ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคา ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 และ 2.45 ตามลำดับ ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 2.60 และ ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อราคาที่มีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยกว่า 10,000 (n=31)	10,000- 20,000 (n=74)	20,001- 30,000 (n=25)	
1. ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว	2.83 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
2. มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ	2.35 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.20 (น้อย)
3. มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ	3.03 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.06 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
5. มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง	1.90 (น้อย)	2.06 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.09 (น้อย)
6. อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน	2.87 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
7. โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
8. รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด	2.38 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
9. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยอำนวยความสะดวก	2.32 (น้อย)	2.14 (น้อย)	1.92 (น้อย)	2.14 (น้อย)
10. อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
11. ทางเข้า-ออก สะดวก	2.67 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	2.74 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกยุคการสั่งซื้อต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง เรียงตามยุคการสั่งซื้อต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74, 2.73 และ 2.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่ออยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ทางเข้า – ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และมีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 อยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 และทางเข้า – ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 อยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และ ทางเข้า – ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดการสั่งซื้อต่อเดือน

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดการสั่งซื้อต่อเดือน (บาท)			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยกว่า 10,000 (n=31)	10,000- 20,000 (n=74)	20,001- 30,000 (n=25)	
1. พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	4.56 (มาก)	4.18 (มาก)
2. มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว	2.61 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
3. มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิท สนมกับลูกค้า	1.58 (น้อย)	1.70 (น้อย)	1.84 (น้อย)	1.70 (น้อย)
4. มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่	1.93 (น้อย)	2.91 (ปานกลาง)	2.28 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)
5. มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่	2.32 (น้อย)	2.06 (น้อย)	1.68 (น้อย)	2.05 (น้อย)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง	2.77 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
7. ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียง	2.22 (น้อย)	2.01 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.06 (น้อย)
8. มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือกล่อมรับ ความคิดเห็น	2.09 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.04 (น้อย)
9. มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	2.58 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
10. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	2.16 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.16 (น้อย)
11. มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม	1.54 (น้อย)	1.81 (น้อย)	1.88 (น้อย)	1.76 (น้อย)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.36 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,000 -20,000 บาท และ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 และ 2.52 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และ พนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และ พนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มียอดการสั่งซื้อต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และการมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และ พนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าโรงน้ำแข็งทิวชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

จากข้อมูลเกี่ยวกับระดับพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อโรงน้ำแข็งทิวชัย จำแนกตามประเภทธุรกิจ ได้ผลดังตารางที่ 21 - 25

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทิวชัย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ประเภทธุรกิจ			รวม
	ร้านอาหาร/ โรงแรม (n=31)	ร้านขาย เครื่องดื่ม (n=58)	มินิมาร์ท /ขาย ส่งน้ำแข็ง (n=41)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
ด้านราคา	2.51 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.44 (น้อย)
ด้านการจัดจำหน่าย	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.51 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.48 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 และปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เท่ากับ 2.51

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ/ ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวิชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ร้านอาหาร/ โรงแรม (n=31)	ร้านขาย เครื่องดื่ม (n=58)	มินิมาร์ท / ขายส่งน้ำแข็ง (n=41)	
1. น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน	4.20 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)
2. ได้น้ำแข็งปริมาณมาก	3.55 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
3. น้ำแข็งมีรูปทรง สวยงามเป็นมาตรฐาน	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)
4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า	3.25 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)
5. น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)
6. สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	2.89 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
7. ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ	2.11 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.24 (น้อย)
8. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	2.11 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.06 (น้อย)	2.18 (น้อย)
9. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ	2.30 (น้อย)	2.89 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)
10. เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน	3.46 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทีวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง เรียงตามประเภทธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12, 3.06 และ 2.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ น้ำแข็งมีปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อเครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และน้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อน้ำแข็งมีปริมาณมาก และสินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เท่ากับ 3.05 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และมีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ / ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และน้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อน้ำแข็งมีปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ประเภทธุรกิจ			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ร้านอาหาร/ โรงแรม (n=31)	ร้านขาย เครื่องดื่ม (n=58)	มินิมาร์ท / ขายส่งน้ำแข็ง (n=41)	
1.ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็ง ทั่วไป	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
2.ราคาถูกกว่าโรงน้ำแข็งทั่วไป	2.68 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)
3.ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไก ตลาด	3.02 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
4.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.36 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
5.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.21 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.34 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)
6.มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ	1.16 (น้อยที่สุด)	1.74 (น้อย)	1.48 (น้อยที่สุด)	1.46 (น้อยที่สุด)
7.สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต ได้	1.88 (น้อย)	1.53 (น้อย)	1.82 (น้อย)	1.74 (น้อย)
8.มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก	1.86 (น้อย)	1.81 (น้อย)	1.79 (น้อย)	1.82 (น้อย)
9.มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด	1.95 (น้อย)	2.10 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.02 (น้อย)
10.มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ	3.14 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านราคา	2.51 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.44 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร / โรงแรม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคา ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม และ ธุรกิจมินิมาร์ท / ร้าน

ขายของชำ/ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และ 2.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 และ ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ /ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ร้านอาหาร/ โรงแรม (n=31)	ร้านขาย เครื่องดื่ม (n=58)	มินิมาร์ท / ขายส่งน้ำแข็ง (n=41)	
1.ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว	3.58 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
2. มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ	2.05 (น้อย)	2.39 (น้อย)	1.97 (น้อย)	2.14 (น้อย)
3. มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ	2.93 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.95 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
5. มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง	2.46 (น้อย)	2.15 (น้อย)	1.96 (น้อย)	2.16 (น้อย)
6. อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน	2.91 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
7. โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)
8. รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด	2.84 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)
9. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยอันวยความ สะดวก	2.11 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.01 (น้อย)	2.12 (น้อย)
10. อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ	3.02 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
11. ทางเข้า-ออก สะดวก	2.79 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง เรียงตามประเภทธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85, 2.78 และ 2.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่ออยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และ ทางเข้า-ออกสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 อยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และ ทางเข้า-ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ/ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 โรงงานอยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ และ อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และ รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ร้านอาหาร/ โรงแรม (n=31)	ร้านขาย เครื่องดื่ม (n=58)	มินิมาร์ท / ขายส่งน้ำแข็ง (n=41)	
1. พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.54 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)
2. มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว	3.32 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
3. มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า	1.82 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.74 (น้อย)	1.77 (น้อย)
4. มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่	2.18 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.15 (น้อย)
5. มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่	1.64 (น้อย)	2.17 (น้อย)	1.64 (น้อย)	1.82 (น้อย)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง	3.69 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
7. ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียง	1.98 (น้อย)	2.08 (น้อย)	2.09 (น้อย)	2.05 (น้อย)
8. มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือกล่องรับความคิดเห็น	2.13 (น้อย)	2.03 (น้อย)	2.07 (น้อย)	2.08 (น้อย)
9. มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	2.80 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
10. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	2.04 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.18 (น้อย)
11. มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม	1.89 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.95 (น้อย)	1.86 (น้อย)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.55 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.48 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม และธุรกิจมินิมาร์ท / ร้านขายของชำ/ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 และ 2.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านอาหาร/โรงแรม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจร้านขายเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจมินิมาร์ท /ร้านขายของชำ/ร้านขายส่งน้ำแข็ง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 มีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 และ มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าโรงน้ำแข็งทิวชัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

จากข้อมูลเกี่ยวกับระดับพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อโรงน้ำแข็งทิวชัย จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง ได้ผลดังตารางที่ 26 - 30

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทิวชัย จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด	สถานที่ซื้อน้ำแข็ง				รวม	
	โรงน้ำแข็งทิวชัย		โรงน้ำแข็งอื่น		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
ด้านผลิตภัณฑ์	2.92	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	2.74	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.56	ปานกลาง	2.42	น้อย	2.48	น้อย
ด้านราคา	2.40	น้อย	2.47	น้อย	2.44	น้อย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งทิวชัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่ซื้อน้ำแข็ง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	โรงน้ำแข็งทวีชัย	โรงน้ำแข็งอื่น	
1. น้ำแข็งใสสะอาดปราศจากตะกอน และสิ่งปนเปื้อน	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)	3.52 (มาก)
2. ได้น้ำแข็งปริมาณมาก	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
3. น้ำแข็งมีรูปร่างสวยงามเป็นมาตรฐาน	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
4. มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า	2.60 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
5. น้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)
6. สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	2.88 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
7. ทรายหือเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ	2.19 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.30 (น้อย)
8. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	2.17 (น้อย)	2.49 (น้อย)	2.33 (น้อย)
9. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ	2.67 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
10. เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน	2.91 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	2.92 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งทวีชัยและโรงน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงน้ำแข็งทวีชัย ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และ 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งทวีชัย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตาม

กระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และ น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อได้น้ำแข็งปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และมีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อน้ำแข็งได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 น้ำแข็งมีรูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 น้ำแข็งใสสะอาด ปราศจากตะกอนและสิ่งปนเปื้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อเครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 สินค้ามีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ได้น้ำแข็งปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และมีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้น้ำแข็งละลายช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคา จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	สถานที่ซื้อน้ำแข็ง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	โรงน้ำแข็งทวิชัย	โรงน้ำแข็งอื่น	
1. ราคาขายใกล้เคียงกับโรงน้ำแข็งทั่วไป	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
2. ราคาถูกกว่าโรงน้ำแข็งทั่วไป	2.33 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
3. ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด	2.93 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.70 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	2.49 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)
6. มีการให้เครดิตลูกค้าในการผ่อนชำระ	1.46 (น้อยที่สุด)	1.82 (น้อย)	1.64 (น้อย)
7. สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้	1.63 (น้อย)	1.64 (น้อย)	1.64 (น้อย)
8. มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก	1.71 (น้อย)	2.02 (น้อย)	3.37 (ปานกลาง)
9. มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด	1.98 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.00 (น้อย)
10. มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ	3.12 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา	2.40 (น้อย)	2.47 (น้อย)	2.44 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวิชัย และ โรงน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวิชัย ด้านราคาในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 และ 2.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวิชัย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อมีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ราคามีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อราคาขายใกล้เคียงกับโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อราคาที่มีความแน่นอนเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 ราคาถูกกว่าโรงงานน้ำแข็งทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58 และ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทิวชัย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่ซื้อน้ำแข็ง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	โรงงานน้ำแข็งทิวชัย	โรงงานน้ำแข็งอื่น	
1. ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว	3.12 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
2. มีสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอรับบริการ	2.18 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.30 (น้อย)
3. มีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ	3.01 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
5. มีระบบคิวในการรับน้ำแข็ง	2.09 (น้อย)	2.08 (น้อย)	2.08 (น้อย)
6. อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน	2.88 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
7. โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.56 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
8. รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด	2.50 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
9. มีระบบสาธารณสุขปกปิดอนามัยความสะอาด	2.08 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.27 (น้อย)
10. อยู่ในตัวเมือง ง่ายแก่การใช้บริการ	3.06 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
11. ทางเข้า-ออก สะดวก	2.53 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	2.74 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวิชัยและโรงงานน้ำแข็งอื่นมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวิชัย ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และ 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวิชัยมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อโรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 อยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01และ อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และ ทางเข้า – ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โรงงานสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 รถขนส่งน้ำแข็งสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 มีพื้นที่ให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 อยู่ในตัวเมืองง่ายแก่การใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ทางเข้า – ออก สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 และ อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงง่าย สังเกตเห็นชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำแข็ง

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานที่ซื้อน้ำแข็ง		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	โรงงานน้ำแข็งทวีชัย	โรงงานน้ำแข็งอื่น	
1. พนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)
2. มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว	2.87 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
3. มีการจัดกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า	1.98 (น้อย)	1.70 (น้อย)	1.84 (น้อย)
4. มีการโฆษณาทางวิทยุหรือสื่ออื่น ๆ ในพื้นที่	2.13 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.12 (น้อย)
5. มีการแจกปฏิทินให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่	2.05 (น้อย)	1.84 (น้อย)	1.94 (น้อย)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
7. ไม่มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียง	2.38 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.26 (น้อย)
8. มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือกล่องรับความคิดเห็น	2.10 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.05 (น้อย)
9. มีพนักงานให้บริการที่เพียงพอ	2.72 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
10. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก	2.40 (น้อย)	2.14 (น้อย)	2.27 (น้อย)
11. มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม	2.21 (น้อย)	1.73 (น้อย)	1.97 (น้อย)
ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.56 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.48 (น้อย)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 =มากที่สุด 3.51 – 4.50 = มาก 2.51 – 3.50 = ปานกลาง 1.51 – 2.50 = น้อย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวีชัย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งทวีชัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งทวีชัย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำแข็งจากโรงงานน้ำแข็งอื่น มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 มีความพึงพอใจในระดับมากต่อพนักงานให้บริการดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือพื้นที่ใกล้เคียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้ลูกค้าในช่วงฤดูร้อนเนื่องจากน้ำแข็งละลายเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และมีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 และ 2.68

ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อโรงน้ำแข็งทิวชัย จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 130 คน ได้ผลดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา เรียงตามลำดับมากน้อยของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงน้ำแข็งทิวชัย

ปัญหา ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	จำนวน (n= 130)	ร้อยละ (100)
ทางเข้า – ออก โรงน้ำแข็งไม่สะดวก	ด้านการจัดจำหน่าย	87	66.90
พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	80	61.50
น้ำแข็งละลายเร็ว	ด้านผลิตภัณฑ์	77	59.20
ไม่มีการให้เครดิตในการผ่อนชำระ	ด้านราคา	69	53.10
อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงยาก ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน	ด้านการจัดจำหน่าย	55	42.30
ในฤดูร้อนน้ำแข็งละลายเร็ว ทางโรงน้ำแข็งไม่มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้กับลูกค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	55	42.30
ไม่มีการอำนวยความสะดวกด้านระบบสาธารณสุขปก	ด้านการจัดจำหน่าย	54	41.50
ไม่สามารถชำระเงิน โดยใช้บัตรเครดิตได้	ด้านราคา	50	38.50
ไม่มีส่วนลดกรณีชำระด้วยเงินสด	ด้านราคา	43	33.10
ได้รับบริการช้า	ด้านการจัดจำหน่าย	37	28.50
ไม่มีสถานที่สำหรับนั่งรอในการรับบริการ	ด้านการจัดจำหน่าย	35	26.90
ไม่มีการจัดงานหรือกิจกรรมประจำปี เพื่อสร้างความสนิทสนมกับลูกค้า	ด้านการส่งเสริมการตลาด	32	24.60
ได้น้ำแข็งในปริมาณน้อย	ด้านผลิตภัณฑ์	26	20.00
ไม่มีส่วนลดกรณีที่ซื้อในปริมาณมาก	ด้านราคา	21	16.20
น้ำแข็งขาดตลาด มีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	ด้านผลิตภัณฑ์	14	10.80
ไม่มีระบบบัตรคิว ทำให้การเข้ารับบริการไม่เป็นไปตามลำดับ ก่อน – หลัง	ด้านการจัดจำหน่าย	14	10.80
ไม่มีการปรับปรุงสภาพของโรงงานให้ถูกสุขลักษณะ	ด้านการจัดจำหน่าย	13	10.00
ไม่มีการจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม แก่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	12	9.20

ปัญหา ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	จำนวน (n= 130)	ร้อยละ (100)
ราคาไม่เป็นไปตามกลไกของตลาด	ด้านราคา	11	8.50
ไม่มีการแจกของให้กับลูกค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ เช่น ปฏิทิน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10	7.70
พื้นที่ให้บริการไม่เพียงพอ	ด้านการจัดจำหน่าย	8	6.20
ไม่มีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนลูกค้าหรือกล่องรับ ความคิดเห็น	ด้านการส่งเสริมการตลาด	8	6.20
น้ำแข็งไม่ได้มาตรฐาน มีรูปทรงไม่สวยงาม	ด้านผลิตภัณฑ์	6	4.60
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	ด้านการจัดจำหน่าย	5	3.80
เครื่องชั่งน้ำหนักไม่ได้มาตรฐาน	ด้านผลิตภัณฑ์	3	2.30
น้ำแข็งไม่ได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข	ด้านผลิตภัณฑ์	2	1.50
มีข้อร้องเรียนจากชุมชนใกล้เคียงเป็นประจำ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3	2.30
น้ำแข็งไม่มีตราสัญลักษณ์ หรือตราสัญลักษณ์ไม่เป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	2	1.50
ไม่มีความถูกต้องในการคิดค่าบริการ	ด้านราคา	2	1.50

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดเรียงตามลำดับปัญหา มากน้อย 10 ลำดับแรก ดังนี้ ลำดับแรก ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ทางเข้า – ออก โรงน้ำแข็งไม่สะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.90 ลำดับที่สอง ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 61.50 ลำดับที่สาม ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ น้ำแข็งละลายเร็ว คิดเป็นร้อยละ 59.20 ลำดับที่สี่ ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านราคา คือ ไม่มีการให้เครดิตในการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 53.10 ลำดับที่ห้า ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงยาก ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และ ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ในฤดูร้อนน้ำแข็งละลายเร็ว ทางโรงน้ำแข็งไม่มีการเพิ่มปริมาณน้ำแข็งให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละเท่ากัน เท่ากับร้อยละ 42.30 ลำดับที่หก ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ไม่มีการอำนวยความสะดวกด้านระบบสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 41.50 ลำดับที่เจ็ด ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านราคา คือ ไม่สามารถชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตได้ คิดเป็นร้อยละ 38.50 ลำดับที่แปด ได้แก่ ปัญหาปัจจัยด้านราคา คือ ไม่มีส่วนลดในกรณีชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 33.10 ลำดับที่เก้า ได้แก่ ปัญหา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ได้รับความบริการช้า คิดเป็นร้อยละ 28.50 และลำดับที่สิบ ได้แก่ ปัญหา
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ไม่มีสถานที่สำหรับนั่งรอในการรับบริการ คิดเป็นร้อยละ 26.90

ข้อเสนอแนะทั่วไป

- ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะต่อการให้บริการของโรงน้ำแข็งทิวชัย ดังนี้
1. ทางโรงน้ำแข็งไม่มีระบบสาธารณูปโภค อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เช่น ควรมีห้อง
สุขาสำหรับบริการลูกค้า เพราะในปัจจุบันลูกค้าต้องไปใช้บริการห้องน้ำที่ปั๊มน้ำมัน ซึ่งไม่
สะดวก (4 คน) และ ควรจัดเตรียมสถานที่สำหรับให้ลูกค้านั่งบริการด้วย (2 คน)
 2. ทางเข้า – ออก ของโรงน้ำแข็งค่อนข้างยาก และไม่สะดวก (4 คน)
 3. ควรมีการบริการที่รวดเร็วกว่าเดิม (1 คน)
 4. ขอให้เพิ่มปริมาณน้ำแข็งในช่วงฤดูร้อน (1 คน)