

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ ดังนี้

สัญลักษณ์ และอักษรย่อทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
ตัวเลข	หมายถึง	ความถี่ หรือ ค่าร้อยละ
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
F	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแปรปรวน
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.01$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1977, p. 160)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.49	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
2.50 – 3.49	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	มีความคิดเห็นในระดับมาก
4.50 – 5.00	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
ร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้บริการ  
ร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท  
ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้  
บริการร้านเฟรชมาร์ทของลูกค้า เขตพระประแดงจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการใช้บริการร้านแฟรชมาร์ท

ศตวรรษประแดง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
1. ชาย	61	36.09
2. หญิง	108	63.91
<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	11	6.51
2. 20-30 ปี	94	55.62
3. 31-40 ปี	35	20.71
4. 41-50 ปี	29	17.16
<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
1. นักเรียน/นักศึกษา	38	22.49
2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	13.02
3. พนักงานบริษัท	66	39.05
4. ธุรกิจส่วนตัว	43	25.45
<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	42	24.85
2. 10,000-20,000 บาท	75	44.38
3. 20,001-30,000 บาท	26	15.38
4. 30,000 บาทขึ้นไป	26	15.38
<b>รวม</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.91 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 55.62 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 20.71 และน้อยที่สุด ต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 6.51 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 39.05 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.45 และน้อยที่สุด ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.02 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 44.38 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 24.85 และน้อยที่สุด 20,001-30,000 บาท เท่ากับ 30,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 15.38

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
เขตพระประแดง จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด</b>						
ทุกวัน	11	18.03	19	17.59	30	17.75
1 ครั้ง/สัปดาห์	19	31.15	32	29.63	51	30.18
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	28	45.90	37	34.26	65	38.46
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	3	4.92	20	18.52	23	13.61
รวม	61	100.00	108	100.00	169	100.00
<b>2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด</b>						
6.01-12.00 น.	31	50.82	40	37.04	71	42.01
12.01-18.00 น.	5	8.20	16	14.81	21	12.43
18.01-24.00 น.	25	40.98	52	48.15	77	45.56
24.01-06.00 น.	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	61	100.00	108	100.00	169	100.00
<b>3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง</b>						
น้อยกว่า 200 บาท	41	67.21	77	71.30	118	69.82
200-499 บาท	17	27.87	22	20.37	39	23.08
500-999 บาท	3	4.92	9	8.33	12	7.10
1,000 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	61	100.00	108	100.00	169	100.00
<b>4. การเลือกซื้อสินค้าท่านซื้อสินค้าประเภทใด</b>						
เครื่องคั้น ชา กาแฟ น้ำหวาน	43	70.49	53	49.07	96	56.81
เครื่องสำอาง	0	0.00	8	7.41	8	4.73
เหล้า เบียร์ บุหรี่	5	8.20	2	1.85	7	4.14
เครื่องครัว อาหารแห้ง	2	3.28	16	14.82	18	10.65
ขนมขบเคี้ยว	7	11.48	26	24.07	33	19.53
ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู	4	6.56	3	2.78	7	4.14
รวม	61	100.00	108	100.00	169	100.00
<b>5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการส่วนใดเพิ่มเติม</b>						
กึ่งซอปล	8	13.11	39	36.11	47	27.81
ประดับยนต์	10	16.39	4	3.70	14	8.28
หนังสือ	30	49.18	42	38.89	72	42.60
ซาร์กยาโรค	6	9.84	17	15.74	23	13.61
รวม	7	11.48	6	5.56	13	7.69

จากตารางที่ 4.2 ลูกค้ำมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง รายการต่าง ๆ ดังนี้

1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด ลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 38.46 รองลงมา 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 30.18 และน้อยที่สุดมากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 13.61

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำเพศชาย ยกเว้นลูกค้ำเพศหญิง อันดับน้อยที่สุด คือ ทุกวัน ร้อยละ 17.59

2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด ลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 45.56 รองลงมา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 42.01 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 12.43

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำเพศหญิง ลูกค้ำเพศชาย ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 50.82 รองลงมา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 40.98 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 8.20

3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 69.82 รองลงมา 200-499 บาท ร้อยละ 23.08 และน้อยที่สุด 500-999 บาท ร้อยละ 7.10

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำเพศชาย และเพศหญิง

4. การเลือกซื้อสินค้าท่านซื้อสินค้าประเภทใด ลูกค้ำส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ซากาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 56.81 รองลงมา ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 19.53 และน้อยที่สุด เหล้า เบียร์ บุหรี่ เท้ากับ ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู ร้อยละ 4.14

ลูกค้ำเพศชาย ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ซากาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 70.49 รองลงมา ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 11.48 และน้อยที่สุด เครื่องครัว อาหารแห้ง ร้อยละ 3.28

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้น อันดับน้อยที่สุด คือ เหล้า เบียร์ บุหรี่ ร้อยละ 1.85

5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการส่วนใดเพิ่มเติม ลูกค้ำส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 42.60 รองลงมา กิฟช้อป ร้อยละ 27.81 และน้อยที่สุด ประดับยนต์ ร้อยละ 8.28

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำเพศหญิง

ลูกค้ำเพศชาย ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 49.18 รองลงมา ประดับยนต์ ร้อยละ 16.39 และน้อยที่สุด ยารักษาโรค ร้อยละ 9.84

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด</b>										
ทุกวัน	7	63.64	13	13.83	7	20.00	3	10.34	30	17.75
1 ครั้ง/สัปดาห์	2	18.18	28	29.79	9	25.71	12	41.38	51	30.18
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	2	18.18	40	42.55	16	45.71	7	24.14	65	38.46
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	0	0.00	13	13.83	3	8.57	7	24.14	23	13.61
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด</b>										
6.01-12.00 น.	8	72.73	40	42.55	15	42.86	8	27.59	71	42.01
12.01-18.00 น.	0	0.00	12	12.77	6	17.14	3	10.34	21	12.43
18.01-24.00 น.	3	27.27	42	44.68	14	40.00	18	62.07	77	45.56
24.01-06.00 น.	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง</b>										
น้อยกว่า 200 บาท	9	81.82	69	73.40	25	71.43	15	51.72	118	69.82
200-499 บาท	2	18.18	22	23.40	7	20.00	8	27.59	39	23.08
500-999 บาท	0	0.00	3	3.19	3	8.57	6	20.69	12	7.10
1,000 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>4. การเลือกซื้อสินค้าทำนซื้อสินค้าประเภทใด</b>										
เครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน	4	36.36	61	64.89	22	62.86	9	31.03	96	56.81
เครื่องสำอาง	0	0.00	6	6.38	1	2.86	1	3.45	8	4.73
เหล้า เบียร์ บุหรี่	0	0.00	0	0.00	5	14.29	2	6.90	7	4.14
เครื่องครัว อาหารแห้ง	0	0.00	6	6.38	4	11.43	8	27.59	18	10.65
ขนมขบเคี้ยว	7	63.64	19	20.21	3	8.57	4	13.79	33	19.53
ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู	0	0.00	2	2.13	0	0.00	5	17.24	7	4.14
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>



ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการ ส่วนใดเพิ่มเติม กีฟช้อป	6	54.55	32	34.04	3	8.57	6	20.69	47	27.81
ประดับยนต์	0	0.00	7	7.45	5	14.29	2	6.90	14	8.28
หนังสือ	2	18.18	40	42.55	19	54.29	11	37.93	72	42.60
ยารักษาโรค	3	27.27	8	8.51	3	8.57	9	31.03	23	13.61
ตู้ ATM	0	0.00	7	7.45	5	14.29	1	3.45	13	7.69
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100.00</b>	<b>94</b>	<b>100.00</b>	<b>35</b>	<b>100.00</b>	<b>29</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง  
รายการ ต่างๆ ดังนี้

**1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด** ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20  
ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ทุกวัน ร้อยละ 63.64 รองลงมา 1 ครั้ง/สัปดาห์ เท่ากับ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์  
ร้อยละ 18.18

ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 42.55 รองลงมา  
1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 29.79 และน้อยที่สุด ทุกวัน เท่ากับ มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 13.83

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี ยกเว้น อันดับน้อยที่สุด คือ มากกว่า 3 ครั้ง/  
สัปดาห์ ร้อยละ 8.57

ลูกค้ำที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 41.38 รองลงมา  
2-3 ครั้ง/สัปดาห์ เท่ากับ มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 24.14 และน้อยที่สุด ทุกวัน ร้อยละ 10.34

**2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด** ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่  
เลือกใช้บริการเวลา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 72.73 รองลงมา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 27.27

ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 44.68  
รองลงมา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 42.55 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 12.77

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอายุ 41-50 ปี

ลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 42.86  
รองลงมา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 40.00 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 17.14

**3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง** ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ  
น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 81.82 รองลงมา 200-499 บาท ร้อยละ 18.18

ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการน้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 73.40  
รองลงมา 200-499 บาท ร้อยละ 23.40 และน้อยที่สุด 500-999 บาท ร้อยละ 3.19

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี

**4. การเลือกซื้อสินค้าท่านซื้อสินค้าประเภทใด** ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เลือก  
ซื้อขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 63.64 รองลงมา เครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 36.36

ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 64.89  
รองลงมา ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 20.21 และน้อยที่สุด ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู ร้อยละ 2.13

ลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 62.86  
รองลงมา เหล้า เบียร์ บุหรี่ ร้อยละ 14.29 และน้อยที่สุด เครื่องสำอาง ร้อยละ 2.86

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี ยกเว้น อันดับรองลงมา คือ เครื่องครัว  
อาหารแห้ง ร้อยละ 27.59

5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการส่วนตัวเพิ่มเติม ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่  
ต้องการให้มีกีฟช้อป ร้อยละ 54.55 รองลงมา ยารักษาโรค ร้อยละ 27.27 และน้อยที่สุด หนังสือ  
ร้อยละ 18.18

ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 42.55 รองลงมา กีฟช้อป  
ร้อยละ 34.04 และน้อยที่สุด ประดับยนต์ เท่ากับ ตู้ ATM ร้อยละ 7.45

ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 54.29 รองลงมา ประดับ  
ยนต์ เท่ากับ ตู้ ATM ร้อยละ 14.29 และน้อยที่สุด กีฟช้อป เท่ากับ ยารักษาโรค ร้อยละ 8.57

ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 37.93 รองลงมา ยารักษา  
โรค ร้อยละ 31.03 และน้อยที่สุด ตู้ ATM ร้อยละ 3.45

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระแดง จำแนกตามอาชีพ

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด</b>										
ทุกวัน	9	23.68	1	4.55	14	21.21	6	13.95	30	17.75
1 ครั้ง/สัปดาห์	16	42.11	10	45.45	13	19.70	12	27.91	51	30.18
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	8	21.05	8	36.36	32	48.48	17	39.53	65	38.46
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	5	13.16	3	13.64	7	10.61	8	18.60	23	13.61
<b>รวม</b>	<b>38</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>	<b>43</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด</b>										
6.01-12.00 น.	16	42.11	9	40.91	29	43.94	17	39.53	71	42.01
12.01-18.00 น.	5	13.16	1	4.55	9	13.64	6	13.95	21	12.43
18.01-24.00 น.	17	44.74	12	54.55	28	42.42	20	46.51	77	45.56
24.01-06.00 น.	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>38</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>	<b>43</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง</b>										
น้อยกว่า 200 บาท	31	81.58	17	77.27	45	68.18	25	58.14	118	69.82
200-499 บาท	6	15.79	3	13.64	16	24.24	14	32.56	39	23.08
500-999 บาท	1	2.63	2	9.09	5	7.58	4	9.30	12	7.10
1,000 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>38</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>	<b>43</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>4. การเลือกซื้อสินค้าทำนซื้อสินค้าประเภทใด</b>										
เครื่องคั้น ชา กาแฟ น้ำหวาน	13	34.21	14	63.64	47	71.21	22	51.16	96	56.81
เครื่องสำอาง	4	10.53	0	0.00	3	4.55	1	2.33	8	4.73
เหล้า เบียร์ บุหรี่	0	0.00	0	0.00	4	6.06	3	6.98	7	4.14
เครื่องครัว อาหารแห้ง	1	2.63	4	18.18	6	9.09	7	16.28	18	10.65
ขนมขบเคี้ยว	19	50.00	3	13.64	5	7.58	6	13.95	33	19.53
ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู	1	2.63	1	4.55	1	1.52	4	9.30	7	4.14
<b>รวม</b>	<b>38</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>	<b>43</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการ ส่วนใดเพิ่มเติม กีฟช้อป	18	47.37	3	13.64	16	24.24	10	23.26	47	27.81
ประดับยนต์	0	0.00	0	0.00	11	16.67	3	6.98	14	8.28
หนังสือ	13	34.21	12	54.55	31	46.97	16	37.21	72	42.60
ยารักษาโรค	5	13.16	3	13.64	6	9.09	9	20.93	23	13.61
ตู้ ATM	2	5.26	4	18.18	2	3.03	5	11.63	13	7.69
<b>รวม</b>	<b>38</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>66</b>	<b>100.00</b>	<b>43</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง รายการต่างๆ ดังนี้

1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด ลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 42.11 รองลงมา ทุกวัน ร้อยละ 23.68 และน้อยที่สุด มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 13.16

ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 45.45 รองลงมา 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 36.36 และน้อยที่สุด ทุกวัน ร้อยละ 4.55

ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 48.48 รองลงมา ทุกวัน ร้อยละ 21.21 และน้อยที่สุด มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 10.61

ลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 39.53 รองลงมา 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 27.91 และน้อยที่สุด ทุกวัน ร้อยละ 13.95

2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด ลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 44.74 รองลงมา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 42.11 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 13.16

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 43.94 รองลงมา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 42.42 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ 13.64

3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 81.58 รองลงมา 200-499 บาท ร้อยละ 15.79 และน้อยที่สุด 500-999 ร้อยละ 2.63

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, อาชีพพนักงานบริษัท และอาชีพธุรกิจส่วนตัว

4. การเลือกซื้อสินค้าท่านซื้อสินค้าประเภทใด ลูกค้ำที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 50.00 รองลงมา เครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 34.21 และน้อยที่สุด เครื่องครัว อาหารแห้ง เท่ากับ ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู ร้อยละ 2.63

ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 63.64 รองลงมา เครื่องครัว อาหารแห้ง ร้อยละ 18.18 และน้อยที่สุด ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู ร้อยละ 4.55

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ลูกค้าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องคั้ม ซา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 63.64 รองลงมา เครื่องครัว อาหารแห้ง ร้อยละ 18.18 และน้อยที่สุด เครื่องสำอาง ร้อยละ 2.33

5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการส่วนใดเพิ่มเติม ลูกค้าที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ต้องการให้มีกีฟช้อป ร้อยละ 47.37 รองลงมา หนังสือ ร้อยละ 34.21 และน้อยที่สุด ตู้ ATM ร้อยละ 5.26

ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 54.55 รองลงมา ตู้ ATM ร้อยละ 18.18 และน้อยที่สุด กีฟช้อป เท่ากับ ข้าราชการ ร้อยละ 13.64

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 46.97 รองลงมา กีฟช้อป ร้อยละ 24.24 และน้อยที่สุด ตู้ ATM ร้อยละ 3.03

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ยกเว้น อันดับน้อยที่สุด คือ ประดับยนต์ ร้อยละ 6.98

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด</b>										
ทุกวัน	10	23.81	16	21.33	3	11.54	1	3.85	30	17.75
1 ครั้ง/สัปดาห์	18	42.86	18	24.00	9	34.62	6	23.08	51	30.18
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	9	21.43	36	48.00	8	30.77	12	46.15	65	38.46
มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	5	11.90	5	6.67	6	23.08	7	26.92	23	13.61
<b>รวม</b>	<b>42</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด</b>										
6.01-12.00 น.	19	45.24	36	48.00	9	34.62	7	26.92	71	42.01
12.01-18.00 น.	4	9.52	10	13.33	4	15.38	3	11.54	21	12.43
18.01-24.00 น.	19	45.24	29	38.67	13	50.00	16	61.54	77	45.56
24.01-06.00 น.	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>42</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง</b>										
น้อยกว่า 200 บาท	35	83.33	56	74.67	17	65.38	10	38.46	118	69.82
200-499 บาท	6	14.29	18	24.00	5	19.23	10	38.46	39	23.08
500-999 บาท	1	2.38	1	1.33	4	15.38	6	23.08	12	7.10
1,000 บาทขึ้นไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>42</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>
<b>4. การเลือกซื้อสินค้าทำนซื้อสินค้าประเภทใด</b>										
เครื่องคั้น ชา กาแฟ น้ำหวาน	15	35.71	57	76.00	11	42.31	13	50.00	96	56.81
เครื่องสำอาง	5	11.90	1	1.33	1	3.85	1	3.85	8	4.73
เหล้า เบียร์ บุหรี่	0	0.00	2	2.67	3	11.54	2	7.69	7	4.14
เครื่องครัว อาหารแห้ง	2	4.76	5	6.67	5	19.23	6	23.08	18	10.65
ขนมขบเคี้ยว	18	42.86	7	9.33	6	23.08	2	7.69	33	19.53
ผงซักฟอก ยาสีฟัน แชมพู	2	4.76	3	4.00	0	0.00	2	7.69	7	4.14
<b>รวม</b>	<b>42</b>	<b>100.00</b>	<b>75</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>26</b>	<b>100.00</b>	<b>169</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม เขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการ ส่วนใดเพิ่มเติม										
กีฟช้อป	19	45.24	18	24.00	6	23.08	4	15.38	47	27.81
ประดับยนต์	0	0.00	9	12.00	2	7.69	3	11.54	14	8.28
หนังสือ	13	30.95	38	50.67	9	34.62	12	46.15	72	42.60
ยารักษาโรค	7	16.67	5	6.67	5	19.23	6	23.08	23	13.61
ตู้ ATM	3	7.14	5	6.67	4	15.38	1	3.85	13	7.69
รวม	42	100.00	75	100.00	26	100.00	26	100.00	169	100.00

จากตารางที่ 4.5 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้าน  
เฟรชมาร์ท เขตพระประแดง รายการต่าง ๆ ดังนี้

**1. ท่านซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคร้านเฟรชมาร์ทบ่อยครั้งเพียงใด** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 42.86 รองลงมา ทุกวัน  
ร้อยละ 23.81 และน้อยที่สุด มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 11.90

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/  
สัปดาห์ ร้อยละ 48.00 รองลงมา 1 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุด มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์  
ร้อยละ 6.67

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/  
สัปดาห์ ร้อยละ 34.62 รองลงมา 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 30.77 และน้อยที่สุด ทุกวัน ร้อยละ 11.54

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ 2-3 ครั้ง/  
สัปดาห์ ร้อยละ 46.15 รองลงมา มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 26.92 และน้อยที่สุด ทุกวัน ร้อยละ  
3.85

**2. ท่านเลือกซื้อสินค้าในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า  
10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 6.01-12.00 น. เท่ากับ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 45.24  
รองลงมา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 9.52

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 6.01-  
12.00 น. ร้อยละ 48.00 รองลงมา 18.01-24.00 น. ร้อยละ 38.67 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น.  
ร้อยละ 13.33

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเวลา 18.01-  
24.00 น. ร้อยละ 50.00 รองลงมา 6.01-12.00 น. ร้อยละ 34.62 และน้อยที่สุด 12.01-18.00 น. ร้อยละ  
15.38

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป

**3. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท  
ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ น้อยกว่า 200 บาท ร้อยละ 83.33 รองลงมา 200-499 บาท ร้อยละ 14.29  
และน้อยที่สุด 500-999 ร้อยละ 2.38

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือน 10,000-20,000 บาท และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ น้อยกว่า 200  
บาท เท่ากับ 200-499 บาท ร้อยละ 38.46 รองลงมา 500-999 ร้อยละ 23.08

4. การเลือกซื้อสินค้าท่านซื้อสินค้าประเภทใด ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 42.86 รองลงมา เครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 35.71 และน้อยที่สุด เครื่องครัว อาหารแห้ง เท่ากับ ผงซักฟอก ยาสีฟ้น แชมพู ร้อยละ 4.76

ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 76.00 รองลงมา ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 9.33 และน้อยที่สุด เครื่องสำอาง ร้อยละ 1.33

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องดื่ม ชา กาแฟ น้ำหวาน ร้อยละ 50.00 รองลงมา เครื่องครัว อาหารแห้ง ร้อยละ 23.08 และน้อยที่สุด เครื่องสำอาง ร้อยละ 3.85

5. ท่านต้องการให้ร้านค้าจัดบริการส่วนใดเพิ่มเติม ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการให้มีกีฟช้อป ร้อยละ 45.24 รองลงมา หนังสือ ร้อยละ 30.95 และน้อยที่สุด ตู้ ATM ร้อยละ 7.14

ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 50.67 รองลงมา กีฟช้อป ร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุด ยารักษาโรค เท่ากับ ตู้ ATM ร้อยละ 6.67

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ยกเว้น อันดับน้อยที่สุด คือ ประดับยนต์ ร้อยละ 7.69

ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ต้องการให้มีหนังสือ ร้อยละ 46.15 รองลงมา ยารักษาโรค ร้อยละ 23.08 และน้อยที่สุด ตู้ ATM ร้อยละ 3.85

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า

เขตพระประแดง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้

บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.07	0.36	4.01	0.37	4.03	0.37
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.95	0.34	3.75	0.55	3.82	0.49
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.89	0.45	3.84	0.44	3.86	0.44
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.28</b>	<b>3.87</b>	<b>0.35</b>	<b>3.90</b>	<b>0.33</b>
<b>ด้านราคา</b>						
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.51	0.57	3.29	0.57	3.37	0.57
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.67	0.51	3.58	0.61	3.62	0.58
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.64	0.58	3.38	0.72	3.47	0.68
<b>รวม</b>	<b>3.61</b>	<b>0.42</b>	<b>3.42</b>	<b>0.51</b>	<b>3.49</b>	<b>0.49</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>						
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.21	0.55	3.11	0.77	3.15	0.70
8. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.38	0.58	3.28	0.59	3.31	0.59
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>0.44</b>	<b>3.19</b>	<b>0.54</b>	<b>3.23</b>	<b>0.51</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
9. มีการแจกคูปองเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.08	0.61	3.01	0.72	3.04	0.68
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซื้อ 1 แถม 1	2.79	0.73	3.01	0.87	2.93	0.83
<b>รวม</b>	<b>2.93</b>	<b>0.55</b>	<b>3.01</b>	<b>0.71</b>	<b>2.98</b>	<b>0.66</b>

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านบุคลากร</b>						
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.82	0.83	3.79	0.96	3.80	0.91
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	4.00	0.97	3.81	0.95	3.88	0.96
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.05	0.92	3.73	1.06	3.85	1.02
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.85</b>	<b>3.77</b>	<b>0.92</b>	<b>3.84</b>	<b>0.90</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>						
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.54	0.70	3.28	0.87	3.37	0.82
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.54	0.72	3.34	0.87	3.41	0.82
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.67</b>	<b>3.31</b>	<b>0.83</b>	<b>3.39</b>	<b>0.78</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>						
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.43	0.74	3.36	0.77	3.38	0.76
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.79	0.73	2.86	0.68	2.83	0.70
18. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ	2.57	0.59	2.78	0.67	2.70	0.65
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.36	0.63	2.60	0.76	2.51	0.73
<b>รวม</b>	<b>2.79</b>	<b>0.54</b>	<b>2.90</b>	<b>0.56</b>	<b>2.86</b>	<b>0.56</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.44</b>	<b>0.39</b>	<b>3.35</b>	<b>0.45</b>	<b>3.39</b>	<b>0.43</b>

จากตารางที่ 4.6 ลูกค้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรมมาร์ท เขตพระประแดง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.39$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้ำมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82-4.03$ ) ทุกรายการ คือ

1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน
2. สินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า
3. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

**ด้านราคา** ลูกค้ำมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.49$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) 1 รายการ คือ มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง

**ลูกค้ำเพศชาย** มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.51-3.67$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
2. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้
3. สินค้าราคาถูก/ประหยัด

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้ำมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง ( $\bar{x} = 3.15-3.31$ ) ทุกรายการ คือ

1. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง
2. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

**ด้านการส่งเสริมทางตลาด** ลูกค้ำมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.98$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.93-3.04$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแจกคู่มือเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท
2. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซื้อ 1 แถม 1

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

**ด้านบุคลากร** ลูกค้ำมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.84$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.80-3.88$ ) ทุกรายการ คือ



1. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว
2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง

ด้านกระบวนการให้บริการ ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} =$

3.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.37-3.41$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า
2. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง

ลูกค้าเพศชาย มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นราย

ข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่
2. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ามีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} =$

2.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.51-3.38$ ) ทุกรายการ คือ

1. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย
2. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย
3. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ
4. ความสะอาดภายในร้าน

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง ยกเว้นเพศชาย รายการ ความ

สะอาดภายในร้าน อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.36$ )

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>										
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.09	0.30	4.03	0.43	4.00	0.34	4.03	0.19	4.03	0.37
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	4.00	0.45	3.83	0.50	3.89	0.47	3.66	0.48	3.82	0.49
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.73	0.65	3.89	0.40	3.86	0.49	3.79	0.41	3.86	0.44
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.39</b>	<b>3.92</b>	<b>0.35</b>	<b>3.91</b>	<b>0.33</b>	<b>3.83</b>	<b>0.23</b>	<b>3.90</b>	<b>0.33</b>
<b>ด้านราคา</b>										
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.64	0.67	3.37	0.55	3.37	0.65	3.24	0.51	3.37	0.57
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.64	0.67	3.71	0.52	3.46	0.56	3.48	0.69	3.62	0.58
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.64	0.67	3.53	0.63	3.40	0.70	3.31	0.81	3.47	0.68
<b>รวม</b>	<b>3.64</b>	<b>0.62</b>	<b>3.54</b>	<b>0.45</b>	<b>3.41</b>	<b>0.50</b>	<b>3.34</b>	<b>0.54</b>	<b>3.49</b>	<b>0.49</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>										
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.45	0.82	3.17	0.58	3.11	0.63	3.00	1.00	3.15	0.70
8. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.45	0.69	3.30	0.48	3.40	0.60	3.21	0.82	3.31	0.59
<b>รวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.61</b>	<b>3.23</b>	<b>0.39</b>	<b>3.26</b>	<b>0.49</b>	<b>3.10</b>	<b>0.76</b>	<b>3.23</b>	<b>0.51</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>										
9. มีการแจกคูปองเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.09	0.70	3.10	0.62	2.94	0.64	2.93	0.88	3.04	0.68
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซ้อ 1 แถม 1	3.09	0.94	3.05	0.72	2.83	0.79	2.59	1.05	2.93	0.83
<b>รวม</b>	<b>3.09</b>	<b>0.74</b>	<b>3.07</b>	<b>0.58</b>	<b>2.89</b>	<b>0.64</b>	<b>2.76</b>	<b>0.83</b>	<b>2.98</b>	<b>0.66</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>										
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.27	1.19	3.98	0.80	3.80	0.99	3.41	0.87	3.80	0.91
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.64	1.21	4.04	0.89	3.83	1.04	3.48	0.87	3.88	0.96
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.64	1.12	4.01	0.95	3.77	1.06	3.48	1.09	3.85	1.02
<b>รวม</b>	<b>3.52</b>	<b>1.14</b>	<b>4.01</b>	<b>0.80</b>	<b>3.80</b>	<b>0.99</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.84</b>	<b>0.90</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>										
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.55	0.82	3.45	0.83	3.40	0.85	3.03	0.73	3.37	0.82
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.64	0.67	3.59	0.71	3.26	0.85	2.97	0.98	3.41	0.82
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.74</b>	<b>3.52</b>	<b>0.73</b>	<b>3.33</b>	<b>0.81</b>	<b>3.00</b>	<b>0.81</b>	<b>3.39</b>	<b>0.78</b>

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>										
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.45	0.52	3.52	0.68	3.20	0.87	3.14	0.83	3.38	0.76
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.82	0.75	2.95	0.68	2.66	0.64	2.69	0.76	2.83	0.70
18. แสงสว่างภายในร้านมีเพียงพอ	2.73	0.65	2.81	0.66	2.54	0.61	2.55	0.63	2.70	0.65
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.36	0.67	2.63	0.75	2.34	0.68	2.41	0.68	2.51	0.73
<b>รวม</b>	<b>2.84</b>	<b>0.55</b>	<b>2.98</b>	<b>0.53</b>	<b>2.69</b>	<b>0.52</b>	<b>2.70</b>	<b>0.61</b>	<b>2.86</b>	<b>0.56</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.26</b>	<b>0.47</b>	<b>3.30</b>	<b>0.29</b>	<b>3.18</b>	<b>0.39</b>	<b>3.10</b>	<b>0.46</b>	<b>3.24</b>	<b>0.36</b>

จากตารางที่ 4.7 ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.26$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.94$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.73-4.09$ ) ทุกรายการ คือ

1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ
3. สินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุทุกระดับ

**ด้านราคา** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) ทุกรายการ คือ

1. สินค้าราคาถูก/ประหยัด
2. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
3. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้

ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.53-3.71$ ) 2 รายการ คือ

1. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
2. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.41$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.37-3.46$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
2. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้
3. สินค้าราคาถูก/ประหยัด

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$ ) ทุกรายการ คือ

1. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว
2. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุทุกระดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.09$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.09$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแจกคู่มือเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท
2. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ช้อ 1 แถม 1

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุทุกระดับ

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.64$ ) 2 รายการ คือ

1. พนักงานของให้บริการรวดเร็ว
  2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส
- นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.01$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.98-4.04$ ) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานของให้บริการรวดเร็ว
2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี

ลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.46$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.41-3.48$ ) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานของให้บริการรวดเร็ว
2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.59$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.55-3.64$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า
2. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี ยกเว้นรายการมีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$ )

ลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.33$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.26-3.40$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า
2. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่  
ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.84$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.73-3.45$ ) 3 รายการ คือ

1. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย
2. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย
3. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ

นอกจากนี้ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาตามระดับอายุ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี

ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.98$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ ) 1 รายการ คือ การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย

นอกจากนี้ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>										
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.00	0.52	4.05	0.38	4.03	0.35	4.05	0.22	4.03	0.37
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.76	0.59	3.95	0.38	3.91	0.46	3.68	0.47	3.82	0.49
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.82	0.56	3.77	0.43	3.91	0.38	3.85	0.43	3.86	0.44
รวม	<b>3.86</b>	<b>0.46</b>	<b>3.92</b>	<b>0.27</b>	<b>3.95</b>	<b>0.30</b>	<b>3.86</b>	<b>0.26</b>	<b>3.90</b>	<b>0.33</b>
<b>ด้านราคา</b>										
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.32	0.62	3.50	0.51	3.36	0.55	3.35	0.62	3.37	0.57
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.58	0.60	3.55	0.51	3.67	0.56	3.60	0.63	3.62	0.58
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.24	0.71	3.73	0.46	3.55	0.66	3.42	0.75	3.47	0.68
รวม	<b>3.38</b>	<b>0.52</b>	<b>3.59</b>	<b>0.34</b>	<b>3.53</b>	<b>0.48</b>	<b>3.46</b>	<b>0.55</b>	<b>3.49</b>	<b>0.49</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>										
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.29	0.90	3.14	0.64	3.08	0.59	3.13	0.69	3.15	0.70
8. ท่าเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.47	0.56	3.32	0.57	3.29	0.52	3.20	0.72	3.31	0.59
รวม	<b>3.38</b>	<b>0.54</b>	<b>3.23</b>	<b>0.46</b>	<b>3.18</b>	<b>0.42</b>	<b>3.16</b>	<b>0.63</b>	<b>3.23</b>	<b>0.51</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>										
9. มีการแจกคู่มือเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.18	0.80	2.77	0.69	3.05	0.51	2.97	0.77	3.04	0.68
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ 1 แถม 1	3.03	0.92	2.73	0.77	2.95	0.73	2.95	0.93	2.93	0.83
รวม	<b>3.11</b>	<b>0.75</b>	<b>2.75</b>	<b>0.67</b>	<b>3.00</b>	<b>0.52</b>	<b>2.96</b>	<b>0.76</b>	<b>2.98</b>	<b>0.66</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>										
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.58	0.86	4.18	0.66	3.89	0.91	3.65	1.03	3.80	0.91
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.47	0.86	4.18	0.66	4.12	0.90	3.73	1.13	3.88	0.96
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ อิมยิ้มแจ่มใส	3.39	0.79	4.14	0.89	4.09	0.99	3.70	1.20	3.85	1.02
รวม	<b>3.48</b>	<b>0.77</b>	<b>4.17</b>	<b>0.70</b>	<b>4.04</b>	<b>0.87</b>	<b>3.69</b>	<b>1.06</b>	<b>3.84</b>	<b>0.90</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>										
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.05	0.73	3.32	0.78	3.62	0.78	3.32	0.92	3.37	0.82
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.26	0.80	3.27	0.70	3.61	0.72	3.30	1.02	3.41	0.82
รวม	<b>3.16</b>	<b>0.71</b>	<b>3.30</b>	<b>0.72</b>	<b>3.61</b>	<b>0.72</b>	<b>3.31</b>	<b>0.93</b>	<b>3.39</b>	<b>0.78</b>

**ตารางที่ 4.8** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>										
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.34	0.78	3.41	0.59	3.48	0.71	3.25	0.90	3.38	0.76
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.87	0.81	2.86	0.64	2.86	0.61	2.75	0.78	2.83	0.70
18. แสงสว่างภายในร้านมีเพียงพอ	2.97	0.82	2.59	0.50	2.62	0.52	2.68	0.69	2.70	0.65
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.89	0.86	2.36	0.49	2.41	0.66	2.45	0.71	2.51	0.73
<b>รวม</b>	<b>3.02</b>	<b>0.69</b>	<b>2.81</b>	<b>0.39</b>	<b>2.84</b>	<b>0.44</b>	<b>2.78</b>	<b>0.65</b>	<b>2.86</b>	<b>0.56</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.20</b>	<b>0.37</b>	<b>3.26</b>	<b>0.22</b>	<b>3.27</b>	<b>0.31</b>	<b>3.20</b>	<b>0.50</b>	<b>3.24</b>	<b>0.36</b>



จากตารางที่ 4.8 ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.86$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76-4.00$ ) ทุกรายการ คือ

1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน
2. สินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า
3. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำทุกอาชีพ

**ด้านราคา** ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.58$ ) 1 รายการ คือ มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน

นอกจากนี้ อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว

ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.59$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.50-3.73$ ) ทุกรายการ คือ

1. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้
2. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
3. สินค้าราคาถูก/ประหยัด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ยกเว้นรายการ สินค้าราคาถูก/ประหยัด อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.36$ )

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.29-3.47$ ) ทุกรายการ คือ

1. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง
2. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้ำทุกอาชีพ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.03-3.18$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแจกแจงเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท

2. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ 1 แกรม 1

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าทุกอาชีพ

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.48$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.58$ ) 1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.17$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.14-4.18$ ) ทุกรายการ คือ

1. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

2. พนักงานของให้บริการรวดเร็ว

3. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.16$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.05-3.26$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

2. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว

ลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61-3.62$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

2. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.02$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.87-3.34$ ) ทุกรายการ คือ

1. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย
2. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ
3. ความสะอาดภายในร้าน
4. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว ยกเว้นรายการ ความสะอาดภายในร้าน อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.36-2.45$ )

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>										
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.02	0.47	4.01	0.35	4.08	0.39	4.04	0.20	4.03	0.37
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.74	0.59	3.93	0.38	3.85	0.54	3.62	0.50	3.82	0.49
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.83	0.54	3.87	0.41	3.81	0.49	3.92	0.27	3.86	0.44
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.43</b>	<b>3.94</b>	<b>0.28</b>	<b>3.91</b>	<b>0.37</b>	<b>3.86</b>	<b>0.21</b>	<b>3.90</b>	<b>0.33</b>
<b>ด้านราคา</b>										
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.29	0.64	3.45	0.53	3.31	0.62	3.31	0.55	3.37	0.57
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.52	0.63	3.72	0.51	3.50	0.51	3.58	0.70	3.62	0.58
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.24	0.73	3.68	0.64	3.31	0.55	3.42	0.70	3.47	0.68
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.54</b>	<b>3.62</b>	<b>0.44</b>	<b>3.37</b>	<b>0.41</b>	<b>3.44</b>	<b>0.53</b>	<b>3.49</b>	<b>0.49</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>										
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.29	0.86	3.03	0.55	3.12	0.77	3.31	0.68	3.15	0.70
8. ท่าเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.48	0.55	3.27	0.58	3.31	0.62	3.19	0.63	3.31	0.59
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.52</b>	<b>3.15</b>	<b>0.46</b>	<b>3.21</b>	<b>0.55</b>	<b>3.25</b>	<b>0.55</b>	<b>3.23</b>	<b>0.51</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>										
9. มีการแจกคูปองเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.17	0.79	3.01	0.56	2.88	0.71	3.04	0.77	3.04	0.68
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซัปดาห์ 1 แกม 1	2.95	0.88	2.96	0.73	2.77	0.99	2.96	0.87	2.93	0.83
<b>รวม</b>	<b>3.06</b>	<b>0.72</b>	<b>2.99</b>	<b>0.56</b>	<b>2.83</b>	<b>0.77</b>	<b>3.00</b>	<b>0.72</b>	<b>2.98</b>	<b>0.66</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>										
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.52	0.94	4.04	0.88	3.62	0.85	3.73	0.87	3.80	0.91
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.45	0.86	4.27	0.79	3.54	1.03	3.77	1.07	3.88	0.96
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.38	0.83	4.21	0.96	3.62	1.06	3.77	1.07	3.85	1.02
<b>รวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.81</b>	<b>4.17</b>	<b>0.81</b>	<b>3.59</b>	<b>0.93</b>	<b>3.76</b>	<b>0.93</b>	<b>3.84</b>	<b>0.90</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>										
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.02	0.72	3.67	0.72	3.15	0.93	3.31	0.88	3.37	0.82
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.24	0.79	3.63	0.73	3.23	0.86	3.27	0.96	3.41	0.82
<b>รวม</b>	<b>3.13</b>	<b>0.69</b>	<b>3.65</b>	<b>0.70</b>	<b>3.19</b>	<b>0.85</b>	<b>3.29</b>	<b>0.89</b>	<b>3.39</b>	<b>0.78</b>

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรมมาร์ท ของลูกค้าเขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ										
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.33	0.75	3.48	0.69	3.27	0.83	3.31	0.88	3.38	0.76
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.86	0.78	2.88	0.66	2.69	0.68	2.81	0.69	2.83	0.70
18. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ	2.95	0.80	2.63	0.54	2.54	0.65	2.69	0.62	2.70	0.65
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.83	0.85	2.37	0.63	2.46	0.65	2.46	0.71	2.51	0.73
รวม	2.99	0.67	2.84	0.47	2.74	0.51	2.82	0.61	2.86	0.56
รวมทั้งหมด	3.18	0.37	3.29	0.32	3.16	0.41	3.24	0.41	3.24	0.36

จากตารางที่ 4.9 ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดง ใน ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.18$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.87$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.74-4.02$ ) ทุก รายการ คือ

1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน
2. สินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า
3. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกระดับ

**ด้านราคา** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ใน ระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.35$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ ) 1 รายการ คือ มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 3.62$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.68-3.72$ ) 2 รายการ คือ

1. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน
2. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้

นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความ คิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.38$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปาน กลาง ( $\bar{x} = 3.29-3.48$ ) ทุกรายการ คือ

1. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง
2. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกระดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความ คิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.06$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปาน กลาง ( $\bar{x} = 2.95-3.17$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแจกแจงเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท

2. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ 1 แกรม 1

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้ทุกระดับ

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม

อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52$ )

1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับ

มาก ( $\bar{x} = 4.17$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.04-4.27$ ) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานของให้บริการรวดเร็ว

2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

3. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.13$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.02-3.24$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

2. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63-3.67$ ) ทุกรายการ คือ

1. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

2. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.99$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.83-3.33$ ) ทุกรายการ คือ

1. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย
2. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ
3. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย
4. ความสะอาดภายในร้าน

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีค่าสอดคล้องกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ยกเว้นรายการ ความสะอาดภายในร้าน อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.37-2.46$ )

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
 บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์  
 ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
 บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		t
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.07	0.36	4.01	0.37	0.964
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.95	0.34	3.75	0.55	2.941**
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.89	0.45	3.84	0.44	0.598
รวม	<b>3.97</b>	<b>0.28</b>	<b>3.87</b>	<b>0.35</b>	<b>2.018*</b>
<b>ด้านราคา</b>					
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.51	0.57	3.29	0.57	2.441*
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.67	0.51	3.58	0.61	1.012
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.64	0.58	3.38	0.72	2.562*
รวม	<b>3.61</b>	<b>0.42</b>	<b>3.42</b>	<b>0.51</b>	<b>2.601*</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.21	0.55	3.11	0.77	1.000
8. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.38	0.58	3.28	0.59	1.057
รวม	<b>3.30</b>	<b>0.44</b>	<b>3.19</b>	<b>0.54</b>	<b>1.309</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
9. มีการแจกคูปองเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.08	0.61	3.01	0.72	0.695
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซ้อ 1 แถม 1	2.79	0.73	3.01	0.87	1.768
รวม	<b>2.93</b>	<b>0.55</b>	<b>3.01</b>	<b>0.71</b>	<b>0.760</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>					
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.82	0.83	3.79	0.96	0.233
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	4.00	0.97	3.81	0.95	1.263
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.05	0.92	3.73	1.06	2.042*
รวม	<b>3.96</b>	<b>0.85</b>	<b>3.77</b>	<b>0.92</b>	<b>1.292</b>

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามเพศ (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.54	0.70	3.28	0.87	2.147*
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.54	0.72	3.34	0.87	1.596
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.67</b>	<b>3.31</b>	<b>0.83</b>	<b>1.967*</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.43	0.74	3.36	0.77	0.542
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.79	0.73	2.86	0.68	0.650
18. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ	2.57	0.59	2.78	0.67	2.048*
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.36	0.63	2.60	0.76	2.208*
<b>รวม</b>	<b>2.79</b>	<b>0.54</b>	<b>2.90</b>	<b>0.56</b>	<b>1.290</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.44</b>	<b>0.39</b>	<b>3.35</b>	<b>0.45</b>	<b>1.325</b>

\*  $P \geq 0.05$

df =  $\infty$

t =  $\pm 1.960$

\*\*  $P \geq 0.01$

df =  $\infty$

t =  $\pm 2.576$

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท เขตพระประแดงของลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวมและพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านราคา** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. สินค้าราคาถูก/ประหยัด
2. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ
2. ความสะอาดภายในร้าน

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>									
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.09	0.30	4.03	0.43	4.00	0.34	4.03	0.19	0.177
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	4.00	0.45	3.83	0.50	3.89	0.47	3.66	0.48	1.821
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.73	0.65	3.89	0.40	3.86	0.49	3.79	0.41	0.734
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.39</b>	<b>3.92</b>	<b>0.35</b>	<b>3.91</b>	<b>0.33</b>	<b>3.83</b>	<b>0.23</b>	<b>0.627</b>
<b>ด้านราคา</b>									
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.64	0.67	3.37	0.55	3.37	0.65	3.24	0.51	1.283
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.64	0.67	3.71	0.52	3.46	0.56	3.48	0.69	2.337
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.64	0.67	3.53	0.63	3.40	0.70	3.31	0.81	1.130
<b>รวม</b>	<b>3.64</b>	<b>0.62</b>	<b>3.54</b>	<b>0.45</b>	<b>3.41</b>	<b>0.50</b>	<b>3.34</b>	<b>0.54</b>	<b>1.831</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>									
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.45	0.82	3.17	0.58	3.11	0.63	3.00	1.00	1.213
8. ท่าเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.45	0.69	3.30	0.48	3.40	0.60	3.21	0.82	0.796
<b>รวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.61</b>	<b>3.23</b>	<b>0.39</b>	<b>3.26</b>	<b>0.49</b>	<b>3.10</b>	<b>0.76</b>	<b>1.356</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>									
9. มีการแจกถุงเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.09	0.70	3.10	0.62	2.94	0.64	2.93	0.88	0.710
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ซ้อ 1 แกรม 1	3.09	0.94	3.05	0.72	2.83	0.79	2.59	1.05	2.758*
<b>รวม</b>	<b>3.09</b>	<b>0.74</b>	<b>3.07</b>	<b>0.58</b>	<b>2.89</b>	<b>0.64</b>	<b>2.76</b>	<b>0.83</b>	<b>2.119</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>									
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.27	1.19	3.98	0.80	3.80	0.99	3.41	0.87	4.436**
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.64	1.21	4.04	0.89	3.83	1.04	3.48	0.87	2.928*
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.64	1.12	4.01	0.95	3.77	1.06	3.48	1.09	2.323
<b>รวม</b>	<b>3.52</b>	<b>1.14</b>	<b>4.01</b>	<b>0.80</b>	<b>3.80</b>	<b>0.99</b>	<b>3.46</b>	<b>0.87</b>	<b>3.522*</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>									
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.55	0.82	3.45	0.83	3.40	0.85	3.03	0.73	2.107
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.64	0.67	3.59	0.71	3.26	0.85	2.97	0.98	5.334**
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.74</b>	<b>3.52</b>	<b>0.73</b>	<b>3.33</b>	<b>0.81</b>	<b>3.00</b>	<b>0.81</b>	<b>3.706*</b>

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์เก็ต ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอายุ (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ									
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.45	0.52	3.52	0.68	3.20	0.87	3.14	0.83	2.874*
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.82	0.75	2.95	0.68	2.66	0.64	2.69	0.76	2.031
18. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ	2.73	0.65	2.81	0.66	2.54	0.61	2.55	0.63	2.096
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.36	0.67	2.63	0.75	2.34	0.68	2.41	0.68	1.789
รวม	2.84	0.55	2.98	0.53	2.69	0.52	2.70	0.61	3.488*
รวมทั้งหมด	3.26	0.47	3.30	0.29	3.18	0.39	3.10	0.46	4.020**

\*  $P \geq 0.05$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 2.60$

\*\*  $P \geq 0.01$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 3.78$

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง ที่มีอายุต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ 1 แกรม 1

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ 1 แกรม 1 ลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. มีการแนะนำสินค้าจ้ดรายการให้กับลูกค้ำ ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย ลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>									
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.00	0.52	4.05	0.38	4.03	0.35	4.05	0.22	0.105
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.76	0.59	3.95	0.38	3.91	0.46	3.68	0.47	2.071
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.82	0.56	3.77	0.43	3.91	0.38	3.85	0.43	0.591
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>0.46</b>	<b>3.92</b>	<b>0.27</b>	<b>3.95</b>	<b>0.30</b>	<b>3.86</b>	<b>0.26</b>	<b>0.693</b>
<b>ด้านราคา</b>									
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.32	0.62	3.50	0.51	3.36	0.55	3.35	0.62	0.378
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.58	0.60	3.55	0.51	3.67	0.56	3.60	0.63	0.257
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.24	0.71	3.73	0.46	3.55	0.66	3.42	0.75	2.266
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.52</b>	<b>3.59</b>	<b>0.34</b>	<b>3.53</b>	<b>0.48</b>	<b>3.46</b>	<b>0.55</b>	<b>0.873</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>									
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.29	0.90	3.14	0.64	3.08	0.59	3.13	0.69	0.631
8. ท่าเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.47	0.56	3.32	0.57	3.29	0.52	3.20	0.72	1.107
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.54</b>	<b>3.23</b>	<b>0.46</b>	<b>3.18</b>	<b>0.42</b>	<b>3.16</b>	<b>0.63</b>	<b>1.204</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>									
9. มีการแจกคู่มือเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.18	0.80	2.77	0.69	3.05	0.51	2.97	0.77	2.052
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ช้อ 1 แถม 1	3.03	0.92	2.73	0.77	2.95	0.73	2.95	0.93	0.865
<b>รวม</b>	<b>3.11</b>	<b>0.75</b>	<b>2.75</b>	<b>0.67</b>	<b>3.00</b>	<b>0.52</b>	<b>2.96</b>	<b>0.76</b>	<b>1.037</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>									
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.58	0.86	4.18	0.66	3.89	0.91	3.65	1.03	2.041
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.47	0.86	4.18	0.66	4.12	0.90	3.73	1.13	4.080**
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.39	0.79	4.14	0.89	4.09	0.99	3.70	1.20	3.720*
<b>รวม</b>	<b>3.48</b>	<b>0.77</b>	<b>4.17</b>	<b>0.70</b>	<b>4.04</b>	<b>0.87</b>	<b>3.69</b>	<b>1.06</b>	<b>3.517*</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>									
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.05	0.73	3.32	0.78	3.62	0.78	3.32	0.92	3.336*
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.26	0.80	3.27	0.70	3.61	0.72	3.30	1.02	1.681
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>0.71</b>	<b>3.30</b>	<b>0.72</b>	<b>3.61</b>	<b>0.72</b>	<b>3.31</b>	<b>0.93</b>	<b>2.454</b>



ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์เก็ต ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัท		ธุรกิจ ส่วนตัว		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>									
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.34	0.78	3.41	0.59	3.48	0.71	3.25	0.90	0.641
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.87	0.81	2.86	0.64	2.86	0.61	2.75	0.78	0.248
18. แสงสว่างภายในร้านมีเพียงพอ	2.97	0.82	2.59	0.50	2.62	0.52	2.68	0.69	2.404
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.89	0.86	2.36	0.49	2.41	0.66	2.45	0.71	3.915**
<b>รวม</b>	<b>3.02</b>	<b>0.69</b>	<b>2.81</b>	<b>0.39</b>	<b>2.84</b>	<b>0.44</b>	<b>2.78</b>	<b>0.65</b>	<b>1.242</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.20</b>	<b>0.37</b>	<b>3.26</b>	<b>0.22</b>	<b>3.27</b>	<b>0.31</b>	<b>3.20</b>	<b>0.50</b>	<b>0.726</b>

\*  $P \geq 0.05$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 2.60$

\*\*  $P \geq 0.01$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 3.78$

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะอาดภายในร้าน

นอกจากนี้ไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่ ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4. ความสะอาดภายในร้าน ลูกค้ำที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัว ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>								
1. คุณภาพสินค้าภายในร้าน	4.02	0.47	4.01	0.35	4.08	0.39	4.04	0.20	0.197
2. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ	3.74	0.59	3.93	0.38	3.85	0.54	3.62	0.50	3.373*
3. สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค	3.83	0.54	3.87	0.41	3.81	0.49	3.92	0.27	0.352
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.43</b>	<b>3.94</b>	<b>0.28</b>	<b>3.91</b>	<b>0.37</b>	<b>3.86</b>	<b>0.21</b>	<b>0.616</b>
<b>ด้านราคา</b>									
4. สินค้าราคาถูก/ประหยัด	3.29	0.64	3.45	0.53	3.31	0.62	3.31	0.55	1.034
5. มีป้ายราคาสินค้าบอกราคาชัดเจน	3.52	0.63	3.72	0.51	3.50	0.51	3.58	0.70	1.574
6. ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้	3.24	0.73	3.68	0.64	3.31	0.55	3.42	0.70	4.829**
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.54</b>	<b>3.62</b>	<b>0.44</b>	<b>3.37</b>	<b>0.41</b>	<b>3.44</b>	<b>0.53</b>	<b>3.634*</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>									
7. การโฆษณา เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	3.29	0.86	3.03	0.55	3.12	0.77	3.31	0.68	1.811
8. ทำเลที่ตั้งของร้านมีความสะดวกในการเดินทาง	3.48	0.55	3.27	0.58	3.31	0.62	3.19	0.63	1.609
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.52</b>	<b>3.15</b>	<b>0.46</b>	<b>3.21</b>	<b>0.55</b>	<b>3.25</b>	<b>0.55</b>	<b>1.960</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>									
9. มีการแจกคู่มือเมื่อซื้อสินค้าครบ 50 บาท	3.17	0.79	3.01	0.56	2.88	0.71	3.04	0.77	0.973
10. มีการจัดรายการสินค้าพิเศษ ชื่อ [แถม 1]	2.95	0.88	2.96	0.73	2.77	0.99	2.96	0.87	0.378
<b>รวม</b>	<b>3.06</b>	<b>0.72</b>	<b>2.99</b>	<b>0.56</b>	<b>2.83</b>	<b>0.77</b>	<b>3.00</b>	<b>0.72</b>	<b>0.678</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>									
11. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ	3.52	0.94	4.04	0.88	3.62	0.85	3.73	0.87	3.593*
12. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว	3.45	0.86	4.27	0.79	3.54	1.03	3.77	1.07	9.257**
13. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.38	0.83	4.21	0.96	3.62	1.06	3.77	1.07	7.443**
<b>รวม</b>	<b>3.45</b>	<b>0.81</b>	<b>4.17</b>	<b>0.81</b>	<b>3.59</b>	<b>0.93</b>	<b>3.76</b>	<b>0.93</b>	<b>7.611**</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>									
14. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่	3.02	0.72	3.67	0.72	3.15	0.93	3.31	0.88	7.082**
15. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า	3.24	0.79	3.63	0.73	3.23	0.86	3.27	0.96	3.143*
<b>รวม</b>	<b>3.13</b>	<b>0.69</b>	<b>3.65</b>	<b>0.70</b>	<b>3.19</b>	<b>0.85</b>	<b>3.29</b>	<b>0.89</b>	<b>5.316**</b>

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรนช์มาร์ทของลูกค้าเขตพระประแดง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000- 20,000 บาท		20,001- 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
	<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>								
16. การจัดวางสินค้าสามารถเลือกซื้อได้ง่าย	3.33	0.75	3.48	0.69	3.27	0.83	3.31	0.88	0.751
17. การตกแต่งร้านมีความทันสมัย	2.86	0.78	2.88	0.66	2.69	0.68	2.81	0.69	0.492
18. แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ	2.95	0.80	2.63	0.54	2.54	0.65	2.69	0.62	3.062*
19. ความสะอาดภายในร้าน	2.83	0.85	2.37	0.63	2.46	0.65	2.46	0.71	3.949**
<b>รวม</b>	<b>2.99</b>	<b>0.67</b>	<b>2.84</b>	<b>0.47</b>	<b>2.74</b>	<b>0.51</b>	<b>2.82</b>	<b>0.61</b>	<b>1.308</b>
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>3.18</b>	<b>0.37</b>	<b>3.29</b>	<b>0.32</b>	<b>3.16</b>	<b>0.41</b>	<b>3.24</b>	<b>0.41</b>	<b>2.333</b>

\*  $P \geq 0.05$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 2.60$

\*\*  $P \geq 0.01$        $df_1 = 3$      $df_2 = \infty$      $F = 3.78$

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ของลูกค้า เขตพระประแดง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเฟรชมาร์ท ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม และพิจารณาเป็นรายข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ด้านผลิตภัณฑ์** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านราคา** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ใช้บัตรเครดิตชำระสินค้าได้

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

**ด้านบุคลากร** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว
2. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความสะอาดภายในร้าน

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ แสงสว่างภายในร้านมีอย่างเพียงพอ

นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 เป็นรายคู่ ดังนี้

1. สินค้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ใช้บัตรเครดิตชำระสินค้าได้ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ รายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. มารยาทพนักงานขายขณะให้บริการ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. พนักงานขายให้บริการรวดเร็ว ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. พนักงานขายพูดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าใหม่ ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7. มีการแนะนำสินค้าจัดรายการให้กับลูกค้า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

8. ความสะอาดภายในร้าน ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท, รายได้ 20,001-30,000 บาท ขึ้นไป ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี