

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำแนกตาม ภูมิภาค เพศ ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ และยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกา	8	10.00
ยุโรป	52	65.00
เอเชีย	4	5.00
ตะวันออกกลาง	16	20.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป ร้อยละ 65.00 ทวีปตะวันออกกลาง ร้อยละ 20.00 ทวีปอเมริกา ร้อยละ 10.00 และ ทวีปเอเชีย ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	58	72.50
หญิง	22	27.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 72.50 และเพศหญิง ร้อยละ 27.50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
31 – 40 ปี	31	38.75
41 – 50 ปี	43	53.75
50 ปีขึ้นไป	6	7.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 53.75 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 38.75 และอายุ 50 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3	3.75
ปริญญาตรี	63	78.75
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	14	17.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 78.75 รองลงมาคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 17.50 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	3	3.75
บริษัทจำกัด	77	96.25
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบของธุรกิจ คือ บริษัทจำกัด ร้อยละ 96.25 และเป็นเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
นำเข้า-ส่งออก	65	81.25
ธุรกิจขายปลีก	3	3.75
ธุรกิจขายส่ง	12	15.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ นำเข้า-ส่งออก ร้อยละ 81.25 รองลงมาคือ ธุรกิจขายส่ง ร้อยละ 15.00 และ ธุรกิจขายปลีก ร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	12	15.00
6 – 10 ปี	54	67.50
10 ปีขึ้นไป	14	17.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 6 – 10 ปี ร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 17.50 และ 1 – 5 ปี ร้อยละ 15.00

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ราคา FOB)

ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ราคา FOB)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า USD 5,000	1	1.25
USD 5,001 – 10,000	50	62.50
USD 10,001 – 15,000	17	21.25
USD 15,001 – 20,000	12	15.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ราคา FOB) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ USD 5,001 – 10,000 ร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ USD 10,001 – 15,000 ร้อยละ 21.25 และ USD 15,001 – 20,000 ร้อยละ 15.00

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานในธุรกิจ

ตำแหน่งงานในธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	53	66.25
หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	17	21.25
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	10	12.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ตำแหน่งงานในธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 66.25 รองลงมาคือ หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 21.25 และ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ครั้งล่าสุด

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องของขวัญ	56	70.00
ผลิตภัณฑ์ประเภทถุงกระดาษ	48	60.00
ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุดและอัลบั้ม	24	30.00
ผลิตภัณฑ์ประเภทการ์ด	35	43.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 80 ราย

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ครั้งล่าสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องของขวัญ ร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทถุงกระดาษ ร้อยละ 60.00 และ ผลิตภัณฑ์ประเภทการ์ด ร้อยละ 43.75

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มากที่สุด

บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บังคับบัญชาในสายงาน	6	7.50
ตัวท่านเอง	58	72.50
ลูกค้าร้านค้าปลีก	16	20.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า บุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวท่านเอง ร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ ลูกค้าร้านค้าปลีก ร้อยละ 20.00 และผู้บังคับบัญชาในสายงาน ร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค

ความถี่ในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	62	77.50
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	14	17.50
3 - 4 ครั้งต่อเดือน	4	5.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 17.50 และ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางประจำในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค

ช่องทางประจำในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค	จำนวน	ร้อยละ
โรงงาน/โชว์รูม	8	10.00
งานแสดงสินค้า	68	85.00
E-Mail	4	5.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ช่องทางประจำในการซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เดค ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ งานแสดงสินค้า ร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ โรงงาน/โชว์รูม ร้อยละ 10.00 และ E-Mail ร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการรู้จัก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

แหล่งข้อมูลในการรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	จำนวน	ร้อยละ
งานแสดงสินค้า	59	73.75
เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่น แนล เดค	35	43.75
ครอบครัว / เพื่อนชาวต่างชาติ	14	17.50
รู้ด้วยตนเอง	3	3.75
กรมส่งเสริมการส่งออก / หน่วยงานจากภาครัฐ	11	13.75
เพื่อนชาวไทย	5	6.25
หนังสือพิมพ์ / นิตยสารอื่นๆ	7	8.75
แผ่นพับ / ใบปลิว	11	13.75
อื่นๆ	4	5.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 80 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คนรู้จักแนะนำ (2 ราย) และ ไม่ระบุ (2 ราย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า แหล่งข้อมูลในการรู้จักห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ งานแสดงสินค้า ร้อยละ 73.75 รองลงมาคือ เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ร้อยละ 43.75 และครอบครัว / เพื่อนชาวต่างชาติ ร้อยละ 17.50

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	จำนวน	ร้อยละ
สินค้านี้มีคุณภาพดี	50	62.50
มีการออกแบบแสดงถึงความเป็น International Tradition	28	35.00
ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับ trend ในแต่ละปี	22	27.50
สินค้านี้มีประโยชน์ใช้สอย	23	28.75
สินค้านี้มีให้เลือกหลากหลายชนิด	58	72.50
รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ	53	66.25
ราคาไม่แพง	4	5.00
มีส่วนลดกรณีซื้อในปริมาณมาก	1	1.25
มีการจัดสรรพื้นที่สำหรับการเจรจาโดยเฉพาะ (แยกออก จากในส่วนของพื้นที่แสดงสินค้า)	4	5.00
ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้าหาได้ง่าย	6	7.50
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าเป็นอย่างดี	4	5.00
มีบริการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์	6	7.50
โปรโมชั่นที่น่าสนใจ	1	1.25
มีการติดต่อจากพนักงานหลังการขาย	16	20.00
ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์ เนชั่นแนล เดค	3	3.75
อื่นๆ	5	6.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 80 ราย

อื่นๆ ได้แก่ หีบห่อในการจัดส่งเรียบร้อยดี (2 ราย), การให้คำอธิบายในตัวสินค้าได้ดี (2 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า จากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สินค้านี้มีให้เลือกหลากหลายชนิด ร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ รูปแบบและสีสันดึงดูดใจ ร้อยละ 66.25 และสินค้านี้มีคุณภาพดี ร้อยละ 62.50

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการร่วมงาน แสดงสินค้าของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน (รวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ)

ความถี่ในการร่วมงานแสดงสินค้าของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน (รวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี	12	15.00
1 - 2 ครั้งต่อปี	7	8.75
3 - 4 ครั้งต่อปี	57	71.25
5 - 6 ครั้งต่อปี	4	5.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความถี่ในการร่วมงานแสดงสินค้าของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน (รวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 3 - 4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 71.25 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 15.00 และ 1 - 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 8.75

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงานแสดงสินค้าที่ไปเป็นประจำ

งานแสดงสินค้าที่ไปเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
Paperworld Frankfurt (Germany)	60	75.00
Ambiente Frankfurt (Germany)	39	48.75
Tendence Frankfurt (Germany)	11	13.75
Hong Kong International Gifts Fair	23	28.75
Hong Kong Mega Show Part 1	22	27.50
อื่นๆ	4	5.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 80 ราย

อื่นๆ ได้แก่ Hong Kong Mega Show Part 2 (3 ราย) และ ไม่ระบุ (1 ราย)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า งานแสดงสินค้าที่ไปเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ Paperworld Frankfurt (Germany) ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ Ambiente Frankfurt (Germany) ร้อยละ 48.75 และ Hong Kong International Gifts Fair ร้อยละ 28.75

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงานแสดงสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

งานแสดงสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
Paperworld Frankfurt (Germany)	42	52.50
Ambiente Frankfurt (Germany)	22	27.50
Tendence Frankfurt (Germany)	3	3.75
Hong Kong International Gifts Fair	11	13.75
Hong Kong Mega Show Part 1	2	2.50
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า งานแสดงสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ Paperworld Frankfurt (Germany) ร้อยละ 52.50 รองลงมาคือ Ambiente Frankfurt (Germany) ร้อยละ 27.50 และ Hong Kong International Gifts Fair ร้อยละ 13.75

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจในภาพรวมในการซื้อสินค้า/รับบริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ระดับความพึงพอใจในภาพรวมในการซื้อสินค้า/รับบริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	จำนวน	ร้อยละ
น้อย	1	1.25
ปานกลาง	58	72.50
มาก	14	17.50
มากที่สุด	7	8.75
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความพึงพอใจในภาพรวมในการซื้อสินค้า/รับบริการจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดคของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ ระดับมาก ร้อยละ 17.50 และ ระดับมากที่สุด ร้อยละ 8.75

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.1 ความหลากหลายของ สินค้าประเภทชุดกลอง ของขวัญ	54 (67.50)	17 (21.25)	8 (10.00)	1 (1.25)	0 (0.00)	4.55 (มากที่สุด)	3
1.2 ความหลากหลายของ สินค้าประเภทลูกกระดาด	17 (21.25)	38 (47.50)	12 (15.00)	9 (11.25)	4 (5.00)	3.69 (มาก)	9
1.3 ความหลากหลายของ สินค้าประเภทสมุดและ อัลบั้ม	11 (13.75)	36 (45.00)	17 (21.25)	11 (13.75)	5 (6.25)	3.46 (ปานกลาง)	14
1.4 ความหลากหลายของ สินค้าประเภทการ์ด	16 (20.00)	43 (53.75)	9 (11.25)	6 (7.50)	6 (7.50)	3.71 (มาก)	8
1.5 คุณภาพของสินค้าประเภท ชุดกลองของขวัญ	66 (82.50)	10 (12.50)	2 (2.50)	1 (1.25)	1 (1.25)	4.74 (มากที่สุด)	1
1.6 คุณภาพของสินค้าประเภท ลูกกระดาด	18 (22.50)	40 (50.00)	8 (10.00)	9 (11.25)	5 (6.25)	3.72 (มาก)	7
1.7 คุณภาพของสินค้าประเภท สมุดและอัลบั้ม	10 (12.50)	45 (56.25)	9 (11.25)	5 (6.25)	11 (13.75)	3.48 (ปานกลาง)	13
1.8 คุณภาพของสินค้าประเภท การ์ด	8 (10.00)	50 (62.50)	13 (16.25)	6 (7.50)	3 (3.75)	3.68 (มาก)	10

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.9 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	12 (15.00)	36 (45.00)	14 (17.50)	6 (7.50)	12 (15.00)	3.38 (ปานกลาง)	16
1.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition	60 (75.00)	11 (13.75)	6 (7.50)	1 (1.25)	2 (2.50)	4.58 (มากที่สุด)	2
1.11 ความสวยงามของสีสันทนและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	15 (18.75)	35 (43.75)	10 (12.50)	11 (13.75)	9 (11.25)	3.45 (ปานกลาง)	15
1.12 ความเรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์หรือ หีบห่อในการจัดส่ง	19 (23.75)	29 (36.25)	13 (16.25)	10 (12.50)	9 (11.25)	3.49 (ปานกลาง)	12
1.13 ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	5 (6.25)	10 (12.50)	45 (56.25)	15 (18.75)	5 (6.25)	2.94 (ปานกลาง)	19
1.14 มีสินค้า รูปแบบใหม่ ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	18 (22.50)	31 (38.75)	12 (15.00)	11 (13.75)	8 (10.00)	3.50 (มาก)	11
1.15 สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ	27 (33.75)	41 (51.25)	12 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.19 (มาก)	4
1.16 โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จดจำได้ง่าย	6 (7.50)	5 (6.25)	50 (62.50)	12 (15.00)	7 (8.75)	2.89 (ปานกลาง)	20

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.17 สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	23 (28.75)	35 (43.75)	14 (17.50)	8 (10.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	5
1.18 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	9 (11.25)	14 (17.50)	37 (46.25)	10 (12.50)	10 (12.50)	3.03 (ปานกลาง)	18
1.19 สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้	8 (10.00)	40 (50.00)	14 (17.50)	8 (10.00)	10 (12.50)	3.35 (ปานกลาง)	17
1.20 สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์หรือ สเปคที่ได้ตกลงไว้	26 (32.50)	34 (42.50)	9 (11.25)	4 (5.00)	7 (8.75)	3.85 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.68 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ความพึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.74) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.58) และความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับวัฒนธรรมของประเทสนั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.19) สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปคที่ได้ตกลงไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.85) คุณภาพของสินค้าประเภทถุงกระดาษ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความหลากหลายของสินค้าประเภทการ์ด (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความหลากหลายของสินค้าประเภทถุงกระดาษ (ค่าเฉลี่ย 3.69) คุณภาพของ

สินค้าประเภทการ์ด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ความ เรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อในการจัดส่ง (ค่าเฉลี่ย 3.49) คุณภาพของ สินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม (ค่าเฉลี่ย 3.48) ความหลากหลายของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความสวยงามของสีสันทนและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.45) คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.38) สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้ (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.03) ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ค่าเฉลี่ย 2.94) และ โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.1 ราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่าผู้ขายอื่นๆในประเภทเดียวกัน	2 (2.50)	1 (1.25)	18 (22.50)	45 (56.25)	14 (17.50)	2.15 (น้อย)	9
2.2 ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	14 (17.50)	16 (20.00)	32 (40.00)	12 (15.00)	6 (7.50)	3.25 (ปานกลาง)	4
2.3 สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	53 (66.25)	18 (22.50)	5 (6.25)	1 (1.25)	3 (3.75)	4.46 (มาก)	1
2.4 มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย เช่น ราคาโรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น	8 (10.00)	10 (12.50)	52 (65.00)	5 (6.25)	5 (6.25)	3.14 (ปานกลาง)	5
2.5 จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้ามีความเหมาะสม	5 (6.25)	11 (13.75)	54 (67.50)	5 (6.25)	5 (6.25)	3.08 (ปานกลาง)	6
2.6 ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศได้	8 (10.00)	8 (10.00)	46 (57.50)	10 (12.50)	8 (10.00)	2.98 (ปานกลาง)	7
2.7 ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจาตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า	50 (62.50)	17 (21.25)	8 (10.00)	3 (3.75)	2 (2.50)	4.38 (มาก)	2
2.8 ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อ หรือสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้	0 (0.00)	7 (8.75)	45 (56.25)	19 (23.75)	9 (11.25)	2.63 (ปานกลาง)	8

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
2.9 รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น	26 (32.50)	46 (57.50)	8 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.46) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) และรับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย เช่น ราคาโรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้ามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.08) ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย 2.98) และ ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อ หรือสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้ (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่าผู้ขายอื่นๆในประเภทเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้าหรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนค เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงาม เป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	16 (20.00)	40 (50.00)	14 (17.50)	4 (5.00)	6 (7.50)	3.70 (มาก)	5
3.2 นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ เป็นจำนวนมาก	59 (73.75)	10 (12.50)	7 (8.75)	1 (1.25)	3 (3.75)	4.51 (มากที่สุด)	1
3.3 การตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	19 (23.75)	37 (46.25)	6 (7.50)	10 (12.50)	8 (10.00)	3.61 (มาก)	6
3.4 ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ง่าย	2 (2.50)	2 (2.50)	20 (25.00)	50 (62.50)	6 (7.50)	2.30 (น้อย)	12
3.5 ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนค เดค มีความเหมาะสม	24 (30.00)	31 (38.75)	13 (16.25)	7 (8.75)	5 (6.25)	3.78 (มาก)	4

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.6 เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดล ให้รายละเอียดชัดเจน	6 (7.50)	6 (7.50)	33 (41.25)	23 (28.75)	12 (15.00)	2.64 (ปานกลาง)	11
3.7 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร	11 (13.75)	10 (12.50)	46 (57.50)	8 (10.00)	5 (6.25)	3.18 (ปานกลาง)	8
3.8 ป้ายชื่อในงานแสดงสินค้าหรืองานแฟร์มองเห็นได้อย่างชัดเจน	0 (0.00)	7 (8.75)	7 (8.75)	58 (72.50)	8 (10.00)	2.16 (น้อย)	13
3.9 บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดล ใช้ อยู่มีบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ	2 (2.50)	4 (5.00)	49 (61.25)	17 (21.25)	8 (10.00)	2.69 (ปานกลาง)	10
3.10 การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมใน กุหางานแสดงสินค้า	6 (7.50)	16 (20.00)	37 (46.25)	14 (17.50)	7 (8.75)	3.00 (ปานกลาง)	9
3.11 มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	35 (43.75)	39 (48.75)	6 (7.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.36 (มาก)	2

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
3.12 โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย	9 (11.25)	9 (11.25)	54 (67.50)	4 (5.00)	4 (5.00)	3.19 (ปานกลาง)	7
3.13 การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา	15 (18.75)	47 (58.75)	14 (17.50)	4 (5.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.31 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ความพึงพอใจต่อย่อยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด คือ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.51)

สำหรับความพึงพอใจต่อย่อยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.36) การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.91) ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.78) สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และการตกแต่งและบรรยากาศภายในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.18) การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมในคูหางานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเรชั่นแนล เดค ใช้อยู่มีบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.69) และเว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเทอร์เน็ตเรชั่นแนล เดค ให้รายละเอียดชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.64) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.30) และป้ายชื่อในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์มองเห็นได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.16)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	3 (3.75)	3 (3.75)	11 (13.75)	56 (70.00)	7 (8.75)	2.24 (น้อย)	12
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	3 (3.75)	13 (16.25)	45 (56.25)	10 (12.50)	9 (11.25)	2.89 (ปานกลาง)	10
4.3 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป)	16 (20.00)	37 (46.25)	13 (16.25)	10 (12.50)	4 (5.00)	3.64 (มาก)	7
4.4 มีการส่งบัตรเชิญงานเพื่อเชิญท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	15 (18.75)	37 (46.25)	11 (13.75)	9 (11.25)	8 (10.00)	3.53 (มาก)	8
4.5 มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดาษไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น	11 (13.75)	9 (11.25)	45 (56.25)	9 (11.25)	6 (7.50)	3.13 (ปานกลาง)	9
4.6 มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้	53 (66.25)	18 (22.50)	4 (5.00)	2 (2.50)	3 (3.75)	4.45 (มาก)	1

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
4.7 การประชาสัมพันธ์ ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงาน แสดงสินค้า หรืองานแฟร์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่น แนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป	13 (16.25)	46 (57.50)	13 (16.25)	8 (10.00)	0 (0.00)	3.80 (มาก)	4
4.8 พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	18 (22.50)	34 (42.50)	15 (18.75)	12 (15.00)	1 (1.25)	3.70 (มาก)	5
4.9 พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	25 (31.25)	38 (47.50)	6 (7.50)	7 (8.75)	4 (5.00)	3.91 (มาก)	3
4.10 การแต่งกายของพนักงาน ขายมีความสุภาพเรียบร้อย	19 (23.75)	36 (45.00)	10 (12.50)	10 (12.50)	5 (6.25)	3.68 (มาก)	6
4.11 พนักงานขายสามารถ สื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	3 (3.75)	9 (11.25)	37 (46.25)	21 (26.25)	10 (12.50)	2.68 (ปานกลาง)	11
4.12 พนักงานขายเอาใจใส่และ ติดตามความต้องการของ ลูกค้า	28 (35.00)	41 (51.25)	11 (13.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.80) พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การแต่งกายของพนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีการส่งบัตรเข้างานเพื่อเชิญทุกท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดาษไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.13) การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ค่าเฉลี่ย 2.89) และพนักงานขายสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.68) ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.24)

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.68	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	3.36	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	3.31	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.49	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อส่วนการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความหลากหลายของประเภทสินค้า	3	3.8
สินค้าไม่มีคุณภาพ	5	6.3
การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่ได้แสดงถึงความเป็น International Tradition	3	3.8
ขาดความสวยงามของสีสินค้าและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	2	2.5
ชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ไม่เป็นที่รู้จัก	6	7.5
ไม่มีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ หรือมีน้อยเกินไป	1	1.3
สินค้าไม่มีเรื่องราวที่น่าสนใจ หรือ ไม่ตรงกับวัฒนธรรมของประเทศไทย	7	8.8
สินค้าไม่ตรงตามเกณฑ์ หรือสเปค ที่ได้ตกลงไว้	1	1.3
ราคาของสินค้าแต่ละประเภทแพงกว่าในท้องตลาด	5	6.3
ไม่มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย	5	6.3
จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้าไม่มีความเหมาะสม หรือมากเกินไป	4	5.0
ความผิดพลาดในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ไม่ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma invoice ให้ลูกค้า	3	3.8
มีสินค้าจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ น้อยเกินไป	4	5.0

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาในการให้บริการของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค (ต่อ)

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ยาก	8	10.0
การส่งมอบสินค้าไม่ตรงเวลา หรือ ล่าช้า	4	5.0
เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน	17	21.3
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	18	22.5
ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า	4	5.0
พนักงานขายขาดความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	6	7.5
พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	11	13.8
อื่นๆ	3	3.8
ไม่พบปัญหา	44	55.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 80 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าไม่มีส่วนร่วมในการออกแบบสินค้า (3 ราย) website ไม่มีภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น (1 ราย) และไม่ระบุเหตุผล (1 ราย)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น (ร้อยละ 22.5) รองลงมาคือ เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน (ร้อยละ 21.3) และ พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น (ร้อยละ 13.8) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ควรกำหนดราคาให้ต่ำกว่านี้ (5 ราย)
- ควรเพิ่มส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าในกรณีซื้อมาก (4 ราย)
- ควรเลือกพื้นที่ในงานแฟร์ด้านหน้า หรือ ไม่ควรอยู่ลึกเกินไป (4 ราย)
- ควรทำให้ website สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ด้วย หรือเป็น e-commerce (3 ราย)
- ควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการ (3 ราย)
- ควรมีการอธิบายรายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจนกว่านี้ (2 ราย)
- ควรอธิบายรายละเอียดหรือข้อมูลของสินค้าแต่ละแบบให้มากกว่านี้ (2 ราย)
- ควรมี website ภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษด้วย เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี ภาษาจีน เป็นต้น (2 ราย)
- ควรมีพนักงานที่พูดภาษาเยอรมัน ฝรั่งเศส หรือ อิตาลีด้วย (2 ราย)
- สินค้าบางแบบหรือโมเดล ไม่เป็นที่นิยมของตลาด ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ตชั่นแนล เดค ควรมีการรับซื้อคืนด้วย (1 ราย)
- ควรจัดทำ Facebook ของทางร้านอย่างเป็นทางการ (1 ราย)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนล เดค จำแนกตาม ภูมิภาค เพศ ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ และยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

4.1 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนล เดค จำแนกตาม ภูมิภาค (ทวิป)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค (ทวิป)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 52 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 4 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 16 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.13 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
1.3 ความหลากหลายของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของสินค้าประเภทการ์ด	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	4.25 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)
1.5 คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.75 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 52 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 4 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	N = 16 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.6 คุณภาพของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)
1.7 คุณภาพของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
1.8 คุณภาพของสินค้าประเภทการ์ด	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
1.9 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	2.88 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)
1.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความ เป็น International Tradition	4.25 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)
1.11 ความสวยงามของสีต้นและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
1.12 ความเรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อในการจัดส่ง	4.13 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
1.13 ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	2.75 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.14 มีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดง อย่างสม่ำเสมอ	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
1.15 สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับ วัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ	4.50 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	3.75 (มาก)	4.38 (มาก)
1.16 โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วน จำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จดจำได้ง่าย	3.13 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
1.17 สามารถผลิตได้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	4.38 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)
1.18 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	2.63 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
1.19 สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณ มากได้	3.50 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
1.20 สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปค ที่ได้ตกลงไว้	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.75) สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.71) ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และ การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.75) สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปคที่ได้ตกลงไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปตะวันออกกลาง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.75) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.69) และ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป)

ปัจจัยด้านราคา	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่า ผู้ขายอื่นๆในประเภทเดียวกัน	2.15 (น้อย)	1.98 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)
2.2 ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอ ไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.13 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
2.3 สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	4.13 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
2.4 มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการ ขาย เช่น ราคาโรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น	2.50 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
2.5 จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของ มูลค่าสินค้ามีความเหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
2.6 ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศ ได้	3.13 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
2.7 ความถูกต้องในการคิดราคาของ สินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าใน การเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า	4.45 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.8 ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อหรือสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้	2.75 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
2.9 รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสินค้านี้มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย

4.38) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปตะวันออกกลางมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.50) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.88 (มาก)	3.54 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
3.2 นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
3.3 การตกแต่ง และบรรยากาศภายในของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.13 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
3.4 ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ง่าย	2.00 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.25 (น้อย)
3.5 ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม	3.38 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.6 เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ให้รายละเอียดชัดเจน	2.75 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.48 (น้อย)
3.7 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร	3.88 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
3.8 ป้ายชื่อในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์มองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.00 (น้อย)	2.19 (น้อย)	1.75 (น้อย)	2.25 (น้อย)
3.9 บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ใช้อยู่มีบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ	2.53 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
3.10 การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมในคูหางานแสดงสินค้า	2.75 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
3.11 มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	4.63 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.12 โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
3.13 การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.63) นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปเอเชียมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/ การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปตะวันออกกลางมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้าน สถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็น จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.56) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.54) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	1.75 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.19 (น้อย)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วน จำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
4.3 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าใน จำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป)	4.23 (มาก)	3.55 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	3.38 (ปานกลาง)
4.4 มีการส่งบัตรเข้างานเพื่อเชิญ ท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้า ในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
4.5 มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องจาก ความผิดพลาดจากระบวนการ ผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดาษ ไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น	2.75 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
4.6 มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า ตามที่ตกลงกันได้	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามภูมิภาค (ทวีป) (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ภูมิภาค			
	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	ตะวันออกกลาง
	N = 8	N = 52	N = 4	N = 16
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.7 การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)	3.81 (มาก)
4.8 พนักงานชายมีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	4.25 (มาก)	3.58 (มาก)	4.13 (มาก)	3.69 (มาก)
4.9 พนักงานชายมีทัศนคติ เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	3.88 (มาก)
4.10 การแต่งกายของพนักงานชายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.13 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)
4.11 พนักงานชายสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	3.75 (มาก)	2.65 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.31 (น้อย)
4.12 พนักงานชายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปยุโรป มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปเอเชีย มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย 4.63) การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปตะวันออกกลาง มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.75) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัดตามภูมิภาค (ทวีป)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ภูมิภาค							
	อเมริกา N = 8		ยุโรป N = 52		เอเชีย N = 4		ตะวันออกกลาง N = 16	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.74	มาก	3.65	มาก	3.57	มาก	3.76	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.25	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.54	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่/ การจัดจำหน่าย	3.32	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.59	มาก	3.50	มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัดตามภูมิภาค (ทวีป) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิภาค อยู่ในทวีปอเมริกาสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิภาค อยู่ในทวีปยุโรปสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปเอเชียสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) เท่ากัน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนา อยู่ในทวีปตะวันออกกลางสามารถเรียงตามลำดับ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้าน สถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสบการณ์ตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัดตามเพศ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำกัดตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.48 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.48 (ปานกลาง)	4.19 (มาก)
1.3 ความหลากหลายของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของสินค้าประเภทการ์ด	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)
1.5 คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.79 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
1.6 คุณภาพของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.84 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
1.7 คุณภาพของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.43 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
1.8 คุณภาพของสินค้าประเภทการ์ด	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	3.28 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
1.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition	4.57 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
1.11 ความสวยงามของสีสันทและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	3.39 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
1.12 ความเรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อในการจัดส่ง	3.45 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
1.13 ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	2.97 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
1.14 มีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
1.15 สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับวัฒนธรรม ของประเทศนั้นๆ	4.28 (มาก)	3.95 (มาก)
1.16 โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จัดจำได้ง่าย	2.91 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
1.17 สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.18 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.05 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
1.19 สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
1.20 สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปคที่ได้ตกลงไว้	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.79) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.57) และ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.69) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความ เป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.59) และ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่าผู้ขายอื่นๆในประเภทเดียวกัน	2.42 (น้อย)	1.95 (น้อย)
2.2 ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.53 (มาก)	2.53 (ปานกลาง)
2.3 สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	4.43 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
2.4 มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย เช่น ราคาโรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น	3.41 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
2.5 จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้ามีความเหมาะสม	3.33 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)
2.6 ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศได้	3.13 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)
2.7 ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)
2.8 ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อ หรือสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้	2.66 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)
2.9 รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรงชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น	4.32 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.53) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.81 (มาก)	3.57 (มาก)
3.2 นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก	4.64 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
3.3 การตกแต่ง และบรรยากาศภายในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	3.88 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)
3.4 ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ง่าย	2.51 (ปานกลาง)	1.80 (น้อย)
3.5 ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม	4.11 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)
3.6 เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ให้รายละเอียดชัดเจน	2.68 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
3.7 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร	3.39 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้าง หุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มี การจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการ เลือกซื้อ	3.81 (มาก)	3.57 (มาก)
3.8 ป้ายชื่อในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์มองเห็นได้ อย่างชัดเจน	2.51 (ปานกลาง)	1.87 (น้อย)
3.9 บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์ เนชั่นแนล เดค ใช้ผู้มีบริการรวดเร็วและมีคุณภาพ	2.72 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
3.10 การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมใน คูหางานแสดงสินค้า	3.50 (มาก)	2.52 (ปานกลาง)
3.11 มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)
3.12 โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย	3.21 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
3.13 การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา	4.05 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	2.85 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.64) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.44) และ ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	2.16 (น้อย)	2.45 (น้อย)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	3.00 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)
4.3 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป)	3.45 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)
4.4 มีการส่งบัตรเชิญงานเพื่อเชิญท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)
4.5 มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดวยไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น	3.03 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
4.6 มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้	4.48 (มาก)	4.36 (มาก)
4.7 การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่ กระชั้นชิดเกินไป	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย N = 58	หญิง N = 22
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 พนักงานชายมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)
4.9 พนักงานชายมีทัศนคติ เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)
4.10 การแต่งกายของพนักงานชายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)
4.11 พนักงานชายสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	2.62 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
4.12 พนักงานชายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	4.28 (มาก)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานชายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) และพนักงานชายมีทัศนคติ เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัด ตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย N = 58		หญิง N = 22	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.66	มาก	3.71	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.51	มาก	2.98	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	3.50	มาก	2.85	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.46	ปานกลาง	3.56	มาก

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัด ตามเพศ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงสามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ต ชั้นเนต เดค จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก
	N = 65	N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่อง ของขวัญ	4.57 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
1.2 ความหลากหลายของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.72 (มาก)	3.53 (มาก)
1.3 ความหลากหลายของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.49 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
1.4 ความหลากหลายของสินค้าประเภทการ์ด	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)
1.5 คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.74 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
1.6 คุณภาพของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.62 (มาก)	4.13 (มาก)
1.7 คุณภาพของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.51 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
1.8 คุณภาพของสินค้าประเภทการ์ด	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก	ธุรกิจขายส่งและขายปลีก
	N = 65	N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.9 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	3.26 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
1.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition	4.60 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
1.11 ความสวยงามของสีสันทนและการตกแต่งของสินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
1.12 ความเรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อในการจัดส่ง	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
1.13 ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	2.89 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
1.14 มีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่างสม่ำเสมอ	3.45 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
1.15 สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)
1.16 โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จดจำได้ง่าย	2.89 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
1.17 สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.82 (มาก)	4.33 (มาก)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.18 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.02 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
1.19 สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้	3.42 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
1.20 สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปคที่ได้ตกลงไว้	3.92 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออกมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.74) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.60) และ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจขายส่งและขายปลีกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.73) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่าผู้ขายอื่นๆใน ประเภทเดียวกัน	2.09 (น้อย)	2.40 (น้อย)
2.2 ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.29 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.3 สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	4.45 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
2.4 มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย เช่น ราคา โรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น	3.20 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
2.5 จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้ามีความ เหมาะสม	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
2.6 ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศได้	2.97 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
2.7 ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า	4.48 (มาก)	3.93 (มาก)
2.8 ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อ หรือสามารถ สร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้	2.58 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.9 รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น	4.15 (มาก)	4.43 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออกมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.48) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรงชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจขายส่งและขายปลีกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.53) รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรงชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.43) และความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก	ธุรกิจขายส่งและขายปลีก
	N = 65	N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.74 (มาก)	3.53 (มาก)
3.2 นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก	4.52 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
3.3 การตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	3.69 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
3.4 ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์หาได้ง่าย	2.35 (น้อย)	2.07 (น้อย)
3.5 ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม	3.68 (มาก)	4.20 (มาก)
3.6 เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ให้รายละเอียดชัดเจน	2.69 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
3.7 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และโทรสาร	3.18 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.8 ป้ายชื่อในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์มองเห็นได้ อย่างชัดเจน	2.08 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)
3.9 บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์ เนชั่นแนล เดคโคโนมีให้บริการรวดเร็วและมีคุณภาพ	2.60 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
3.10 การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมใน คูหางานแสดงสินค้า	2.97 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
3.11 มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	4.37 (มาก)	4.33 (มาก)
3.12 โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย	3.15 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
3.13 การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออกมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.52) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจขายส่งและขายปลีกมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	2.20 (น้อย)	2.40 (น้อย)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	2.85 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
4.3 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)
4.4 มีการส่งบัตรเชิญงานเพื่อเชิญท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	3.45 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
4.5 มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดาษไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น	3.09 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
4.6 มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้	4.35 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)
4.7 การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสมหรือไม่กระชั้นชิดเกินไป	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ	
	นำเข้า-ส่งออก N = 65	ธุรกิจขายส่งและ ขายปลีก N = 15
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.8 พนักงานชายมีความรู้ ความสามารถในการให้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)
4.9 พนักงานชายมีทัศนคติดี เป็นมิตร และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	3.85 (มาก)	4.20 (มาก)
4.10 การแต่งกายของพนักงานชายมีความสุภาพ เรียบร้อย	3.62 (มาก)	3.93 (มาก)
4.11 พนักงานชายสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	2.63 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
4.12 พนักงานชายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของ ลูกค้า	4.20 (มาก)	4.27 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออกมีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35) พนักงานชายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ พนักงานชายมีทัศนคติดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจขายส่งและขายปลีกมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.87) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ			
	นำเข้า-ส่งออก N = 65		ธุรกิจขายส่งและขายปลีก N = 15	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.67	มาก	3.69	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.37	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	3.29	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	ปานกลาง	3.68	มาก

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำแนกตามลักษณะของธุรกิจหลักที่ดำเนินกิจการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินกิจการหลักเป็นธุรกิจขายส่งและขายปลีก สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เดค จำกัดตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ จำกัดตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD	USD	USD
	10,001 – N = 51	10,001 – 15,000 N = 17	15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.1 ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.24 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
1.2 ความหลากหลายของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	4.08 (มาก)
1.3 ความหลากหลายของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.39 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
1.4 ความหลากหลายของสินค้าประเภทการ์ด	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)
1.5 คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ	4.67 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)
1.6 คุณภาพของสินค้าประเภทถุงกระดาษ	3.42 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)
1.7 คุณภาพของสินค้าประเภทสมุดและอัลบั้ม	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD	USD	USD
	10,001 N = 51	10,001 – 15,000 N = 17	15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.8 คุณภาพของสินค้าประเภทการ์ด	3.73 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
1.9 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
1.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition	4.51 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
1.11 ความสวยงามของสีสันทันและการตกแต่งของ สินค้า เช่น สีของดอกไม้ที่ใช้ประดับ เป็นต้น	3.25 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.58 (มาก)
1.12 ความเรียบร้อยและความแข็งแรงของบรรจุ ภัณฑ์ หรือ หีบห่อในการจัดส่ง	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
1.13 ความมีชื่อเสียงของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	3.06 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
1.14 มีสินค้า รูปแบบใหม่ออกมาแสดงอย่าง สม่ำเสมอ	3.41 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
1.15 สินค้ามีเรื่องราวที่น่าสนใจหรือตรงกับ วัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ	4.08 (มาก)	4.41 (มาก)	4.33 (มาก)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD 10,001 N = 51	USD 10,001 – 15,000 N = 17	USD 15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.16 โลโก้ (Logo) ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จดจำได้ง่าย	2.88 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
1.16 สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า	3.76 (มาก)	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)
1.16 มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย	3.18 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
1.17 สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
1.18 สินค้าถูกต้องตามเกณฑ์ หรือ สเปคที่ได้ตกลง ไว้	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.58 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า USD 10,001 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่อง ของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.67) การออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 10,001 – 15,000 มีความ พึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.71) ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ การ ออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 15,001 – 20,000 มีความ พึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.88) ความหลากหลายของสินค้าประเภทชุดกล่องของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 4.75) และ การ ออกแบบผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็น International Tradition (ค่าเฉลี่ย 4.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD	USD	USD
	10,001 N = 51	10,001 – 15,000 N = 17	15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.1 ราคาของสินค้าแต่ละประเภทถูกกว่าผู้ขาย อื่นๆในประเภทเดียวกัน	2.10 (น้อย)	2.08 (น้อย)	2.35 (น้อย)
2.2 ราคาสินค้ามีความสม่ำเสมอ ไม่เปลี่ยนแปลง บ่อย	3.05 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)
2.3 สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.17 (มาก)
2.4 มีความยืดหยุ่นของราคาที่ใช้ในการขาย เช่น ราคาโรงงาน (EX-WORK) ราคาแบบ FOB เป็นต้น	3.02 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
2.5 จำนวนเงินมัดจำร้อยละ 30 ของมูลค่าสินค้ามี ความเหมาะสม	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
2.6 ชำระสินค้าเป็นเงินสดต่างประเทศได้	2.87 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
2.7 ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับ รายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า	4.33 (มาก)	4.42 (มาก)	4.47 (มาก)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านราคา	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD	USD	USD
	10,001 N = 51	10,001 – 15,000 N = 17	15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2.8 ราคาสินค้าคุ้มค่าในการนำไปขายต่อ หรือ สามารถสร้างกำไรให้กับผู้ซื้อได้	2.57 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
2.9 รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงิน โดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า USD 10,001 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 10,001 – 15,000 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง

Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.42) และ รับชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง
ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 15,001 – 20,000 มีความ
พึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคาของสินค้า เช่น ราคาที่ตกลงกับ
ลูกค้าในการเจรจา ตรงกับรายการที่ส่ง Proforma Invoice ให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.47) รับชำระเงินได้
หลายช่องทาง เช่น โอนเงินโดยตรง ชำระแบบ L/C (Letter of Credit) เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD 10,001 N = 51	USD 10,001 – 15,000 N = 17	USD 15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.1 สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.80 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
3.2 นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก	4.49 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
3.3 การตกแต่ง และบรรยากาศภายในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	3.47 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)
3.4 ที่ตั้งของร้านในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ หาได้ง่าย	2.24 (น้อย)	2.24 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
3.5 ช่วงเวลา (ฤดูกาล) ในการร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม	3.57 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)
3.6 เว็บไซต์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค ให้รายละเอียดชัดเจน	2.65 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD 10,001 N = 51	USD 10,001 – 15,000 N = 17	USD 15,001 – 20,000 N = 12
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
3.7 มีช่องทางติดต่อที่หลากหลาย สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ และ โทรสาร	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
3.8 ป้ายชื่อในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ มองเห็นได้อย่างชัดเจน	2.10 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)
3.9 บริษัทขนส่งที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดคโลอูมีบริการรวดเร็ว และมีคุณภาพ	2.63 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
3.10 การต้อนรับจากพนักงานเมื่อท่านเข้ามาเยี่ยมชมในคูหางานแสดงสินค้า	2.92 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
3.11 มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
3.12 โรงงานมีระบบการผลิตที่ทันสมัย	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
3.13 การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา	3.72 (มาก)	4.18 (มาก)	4.27 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า USD 10,001 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ สินค้าในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 10,001 – 15,000 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.59) มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 15,001 – 20,000 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.67) นำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์เป็นจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ การได้รับมอบสินค้าตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD	USD	USD
	10,001 N = 51 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	10,001 – 15,000 N = 17 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	USD 15,001 – 20,000 N = 12 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น	2.18 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.42 (น้อย)
4.2 การมีเอกสาร แผ่นพับ ที่ให้ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่ อินเตอร์เนชั่นแนล เดค	2.82 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
4.3 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป)	3.43 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)
4.4 มีการส่งบัตรเข้าชมงานเพื่อเชิญท่านเพื่อให้เข้ามาดูงานแสดงสินค้าในงานต่างๆ เช่น PAPERWORLD AMBIENTE เป็นต้น	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)
4.5 มีบริการเคลมสินค้าอันเนื่องมาจากความผิดพลาดจากกระบวนการผลิต เช่น สีหรือขนาดของกระดาษไม่ตรงตามสเปค เป็นต้น	3.10 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
4.6 มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้	4.41 (มาก)	4.41 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
4.7 การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป	3.71 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่า USD 10,001 N = 51 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	USD 10,001 – 15,000 N = 17 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	USD 15,001 – 20,000 N = 12 ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.8 พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
4.9 พนักงานขายมีทัศนคติ เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.04 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)
4.10 การแต่งกายของพนักงานขายมีความสุภาพเรียบร้อย	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)
4.11 พนักงานขายสามารถสื่อสารได้หลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี เป็นต้น	2.76 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)
4.12 พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า USD 10,001 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความ

ต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ พนักงานขายมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 10,001 – 15,000 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.41) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรืองานแฟร์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค มีความเหมาะสม หรือไม่กระชั้นชิดเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 15,001 – 20,000 มีความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีการส่งสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.67) พนักงานขายเอาใจใส่และติดตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนมาก (มากกว่า 10,000 USD ขึ้นไป) (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำแนกตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า USD 10,001 N = 51		USD 10,001 – 15,000 N = 17		USD 15,001 – 20,000 N = 12	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.63	มาก	3.70	มาก	3.78	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.30	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง	3.51	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย	3.24	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.52	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	ปานกลาง	3.52	มาก	3.57	มาก

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่อินเตอร์เนชั่นแนล เดค จำกัด ตามยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า USD 10,001 สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 10,001 – 15,000 สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) และปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ยอดสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน USD 15,001 – 20,000 สามารถเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ