

## สารบัญตาราง

ชื่อตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ผลการทำ SWOT Analysis ร้านค้าสวัสดิการกรมปศุสัตว์	12
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด	16
ตารางที่ 3 วงจรของกิจกรรมการค้า	41
ตารางที่ 4 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	46
ตารางที่ 5 ตารางแสดงข้อมูลทางด้านพฤติกรรมโดยทั่วไปในการใช้บริการกลุ่มตัวอย่าง	47
ตารางที่ 6 ตารางแสดงเหตุผลที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง	48
ตารางที่ 7 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ โดยเฉลี่ยต่อคนต่อมื้อ)	48
ตารางที่ 8 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (รูปแบบการตกแต่งร้านที่ท่านสนใจ)	48
ตารางที่ 9 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (สาเหตุในการเลือกใช้บริการร้านผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ของท่าน)	49
ตารางที่ 10 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (ร้านอาหารรูปแบบใดที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด)	49
ตารางที่ 11 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลของร้านที่ท่านเลือก)	50
ตารางที่ 12 ตารางแสดงประเภทการให้บริการที่เลือกเข้ารับบริการของกลุ่มตัวอย่าง (ปัญหาที่ท่านพบบ่อยในการรับบริการที่ร้านขายผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์)	50
ตารางที่ 13 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง (ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์)	51
ตารางที่ 14 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านราคาในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง (ความพึงพอใจด้านราคา)	51
ตารางที่ 15 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านสถานที่ในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง (ความพึงพอใจด้านสถานที่)	52
ตารางที่ 16 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง (ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด)	52
ตารางที่ 17 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการให้บริการในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง (ความพึงพอใจด้านบุคลากรที่ให้บริการ)	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ชื่อตาราง	หน้า
ตารางที่ 18 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	53
ตารางที่ 19 ตารางแสดงเป้าหมายระดับองค์กร	57
ตารางที่ 20 ตารางแสดงเป้าหมายระดับธุรกิจ	58
ตารางที่ 21 ตารางแสดงเป้าหมายทางการตลาด	58
ตารางที่ 22 การสื่อสารทางการตลาด	63