

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด อำเภอเมืองลำปาง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่ซื้อ และใช้ดินขาวสำเร็จรูปของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด ในปัจจุบัน จำนวน 217 ราย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ (ตารางที่ 1 – 14)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการซื้อดินขาวสำเร็จรูปของลูกค้าบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด (ตารางที่ 15 – 22)

ส่วนที่ 3 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด (ตารางที่ 23 – 34)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ตารางที่ 35 – 36)

ส่วนที่ 5 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ และระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด (ตารางที่ 37 – 60)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	140	64.5
หญิง	77	35.5
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 64.5 และเพศหญิง ร้อยละ 35.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	19	8.8
31 – 40 ปี	36	16.6
41 – 50 ปี	110	50.7
51 – 60 ปี	46	21.2
60 ปีขึ้นไป	6	2.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 50.7 รองลงมา อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 21.2 อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 16.6 อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 8.8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	49	22.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	10	4.6
อนุปริญญา / ปวส.	40	18.4
ปริญญาตรี	90	41.5
สูงกว่าปริญญาตรี	28	12.9
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 41.5 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 22.6 ระดับการศึกษาอนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 18.4 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.9 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	166	76.5
ผู้จัดการทั่วไป	25	11.5
หัวหน้า / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	21	9.7
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	5	2.3
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 76.5 รองลงมา มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 11.5 ตำแหน่งหัวหน้า / ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 9.7 และเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบประเภทของ
กิจการ

รูปแบบประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	187	86.2
บริษัทจำกัด	15	6.9
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	10	4.6
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	5	2.3
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 86.2 รองลงมาอยู่ในรูปแบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 6.9 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ร้อยละ 4.6 และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่กิจการเปิด
ดำเนินการ

ระยะเวลาที่กิจการเปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	33	15.2
6 – 10 ปี	52	24.0
11 – 15 ปี	55	25.3
16 – 20 ปี	46	21.2
21 ปีขึ้นไป	31	14.3
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาที่กิจการเปิดดำเนินการ 11 – 15 ปี จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 25.3 รองลงมาระยะเวลา 6 – 10 ปี ร้อยละ 24.0 ระยะเวลา 16 – 20 ปี ร้อยละ 21.2 ระยะเวลา 1 – 5 ปี ร้อยละ 15.2 และระยะเวลา 21 ปีขึ้นไป ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ทุนจดทะเบียนกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	132	60.8
2 – 5 ล้านบาท	45	20.7
6 ล้านบาทขึ้นไป	40	18.4
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท ร้อยละ 60.8 รองลงมาทุนจดทะเบียน 2 – 5 ล้านบาท ร้อยละ 20.7 และทุนจดทะเบียน 6 ล้านบาทขึ้นไป ร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลที่ตั้งของกิจการ

ทำเลที่ตั้งของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	72	33.2
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง	95	43.8
อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง	24	11.1
อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง	16	7.4
จังหวัดเชียงใหม่	5	2.3
จังหวัดสระบุรี	3	1.4
จังหวัดสมุทรสงคราม	2	0.9
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าทำเลที่ตั้งของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนมากที่สุดอยู่ในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ร้อยละ 43.8 รองลงมาอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ร้อยละ 33.2 อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ร้อยละ 11.1 อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ร้อยละ 7.4 จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 2.3 จังหวัดสระบุรี ร้อยละ 1.4 จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเซรามิกที่ผลิต

ประเภทของเซรามิกที่ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ของชำร่วย	57	26.3
แจกันดอกไม้	133	61.3
กระปุกออมสิน	40	18.4
จานชาม ภาชนะ	83	38.2
กระเบื้องปูพื้น / กระเบื้องผนังหลังคา	16	7.4
ของตกแต่งบ้าน และสวน	63	29.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 217 คน

จากตารางที่ 9 พบว่าประเภทของเซรามิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามผลิตส่วนใหญ่เป็นแจกันดอกไม้ ร้อยละ 61.3 รองลงมาจานชาม ภาชนะ ร้อยละ 38.2 ของตกแต่งบ้าน และสวน ร้อยละ 29.0 ของชำร่วย ร้อยละ 26.3 กระปุกออมสิน ร้อยละ 18.4 และกระเบื้องปูพื้น / กระเบื้องผนังหลังคา ร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเตาที่ใช้งาน

เตาที่ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
เตาแก๊ส	201	92.6
เตาไฟฟ้า	16	7.4
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าประเภทเตาที่ใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เตาแก๊ส ร้อยละ 92.6 รองลงมาเตาไฟฟ้า ร้อยละ 7.4

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเตาเผาเซรามิกที่มี และใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

จำนวนเตาเผา	จำนวน	ร้อยละ
1 เตา	77	35.5
2 เตา	68	31.3
3 เตา	46	21.2
4 เตา	20	9.2
มากกว่า 5 เตา	6	2.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีเตาเผาเซรามิกจำนวน 1 เตา ร้อยละ 35.5 รองลงมาจำนวน 2 เตา ร้อยละ 31.3 จำนวน 3 เตา ร้อยละ 21.2 จำนวน 4 เตา ร้อยละ 9.2 และมากกว่า 5 เตา ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเตาเผาเซรามิกที่มี และใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

ขนาดเตาเผาเซรามิก	จำนวน	ร้อยละ
0.5 – 1 คิวบิกเมตร	56	25.8
2 – 3 คิวบิกเมตร	91	41.9
4 – 5 คิวบิกเมตร	39	18.0
6 – 7 คิวบิกเมตร	16	7.4
8 – 9 คิวบิกเมตร	6	2.8
10 – 11 คิวบิกเมตร	5	2.3
มากกว่า 11 คิวบิกเมตร	4	1.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าจำนวนเตาเผาเซรามิกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี และใช้งานจำนวนมากที่สุดมีขนาด 2 – 3 คิวบิกเมตร ร้อยละ 41.9 รองลงมาขนาด 0.5 – 1 คิวบิกเมตร ร้อยละ 25.8 ขนาด 4 – 5 คิวบิกเมตร ร้อยละ 18.0 ขนาด 6 – 7 คิวบิกเมตร ร้อยละ 7.4 ขนาด 8 – 9 คิวบิกเมตร ร้อยละ 2.8 ขนาด 10 – 11 คิวบิกเมตร ร้อยละ 2.3 และขนาดมากกว่า 11 คิวบิกเมตร ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	66	30.4
100,001 – 500,000 บาท	81	37.3
500,001 – 1,000,000 บาท	30	13.8
1,000,001 – 1,500,000 บาท	8	3.7
1,500,001 – 2,000,000 บาท	10	4.6
2,000,001 – 2,500,000 บาท	7	3.2
2,500,001 – 3,000,000 บาท	6	2.8
มากกว่า 3,000,000 บาท	9	4.1
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมี ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001 – 500,000 บาท ร้อยละ 37.3 รองลงมายอดขายไม่เกิน 100,000 บาท ร้อยละ 30.4 ยอดขาย 500,001 – 1,000,000 บาท ร้อยละ 13.8 ยอดขาย 1,500,001 – 2,000,000 บาท ร้อยละ 4.6 ยอดขายมากกว่า 3,000,000 บาท ร้อยละ 4.1 ยอดขาย 1,000,001 – 1,500,000 บาท ร้อย ละ 3.7 ยอดขาย 2,000,001 – 2,500,000 บาท ร้อยละ 3.2 และยอดขาย 2,500,001 – 3,000,000 บาท ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน / ลูกจ้าง

จำนวนพนักงาน / ลูกจ้าง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 คน	94	43.3
11 – 15 คน	100	46.1
51 – 100 คน	6	2.8
101 – 150 คน	10	4.6
151 – 200 คน	5	2.3
มากกว่า 200 คน	2	0.9
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพนักงาน / ลูกจ้างจำนวน 11 – 15 คนจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 46.1 รองลงมาจำนวนไม่เกิน 10 คน ร้อยละ 43.3 จำนวน 101 – 150 คน ร้อยละ 4.6 จำนวน 51 – 100 คน ร้อยละ 2.8 จำนวน 151 – 200 คน ร้อยละ 2.3 และจำนวนมากกว่า 200 คน ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการซื้อดินขาวสำเร็จรูปของลูกค้าบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจซื้อดินขาวสำเร็จรูป

การตัดสินใจซื้อดินขาวสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
มีส่วนร่วม	217	100
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีส่วนในการตัดสินใจซื้อดินขาวสำเร็จรูป ร้อยละ 100

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของดินขาวสำเร็จรูปที่ใช้

ดินขาวสำเร็จรูปที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ดินล้าง KWC01	10	4.6
ดินล้าง KWC02	57	26.3
ดินล้าง KWC03	116	53.5
ดินผสม KWC04	20	9.2
ดินผสม STW12	78	35.9
ดินผสม STW15	47	21.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 217 คน

จากตารางที่ 16 พบว่าประเภทของดินขาวสำเร็จรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ส่วนใหญ่ คือ ดินล้าง KWC03 ร้อยละ 53.5 รองลงมาดินผสม STW12 ร้อยละ 35.9 ดินล้าง KWC02 ร้อยละ 26.3 ดินผสม STW15 ร้อยละ 21.7 ดินผสม KWC04 ร้อยละ 9.2 และดินล้าง KWC01 ร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อดินขาว สำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณการสั่งซื้อดินขาวสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 10 ตัน	100	46.1
11 – 20 ตัน	42	19.4
21 – 30 ตัน	36	16.6
31 – 40 ตัน	20	9.2
41 – 50 ตัน	10	4.6
51 – 60 ตัน	9	4.1
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าปริมาณการสั่งซื้อดินขาวสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีปริมาณ 1 – 10 ตัน ร้อยละ 46.1 รองลงมาปริมาณ 11 – 20 ตัน ร้อยละ 19.4 ปริมาณ 21 – 30 ตัน ร้อยละ 16.6 ปริมาณ 31 – 40 ตัน ร้อยละ 9.2 ปริมาณ 41 – 50 ตัน ร้อยละ 4.6 และปริมาณ 51 – 60 ตัน ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่การสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่การสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ครั้ง	100	46.1
4 – 6 ครั้ง	62	28.6
7 – 9 ครั้ง	25	11.5
มากกว่า 10 ครั้ง	30	13.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าความถี่การสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือนมีความถี่ 1 – 3 ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 46.1 รองลงมาความถี่ 4 – 6 ครั้ง ร้อยละ 28.6 ความถี่มากกว่า 10 ครั้ง ร้อยละ 13.8 และความถี่ 7 – 9 ครั้ง ร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อ
ดินขาวสำเร็จรูปต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อดินขาวสำเร็จรูปต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	21	9.7
5,001 – 10,000 บาท	67	30.9
10,001 – 15,000 บาท	30	13.8
15,001 – 20,000 บาท	10	4.6
20,001 – 25,000 บาท	20	9.2
25,001 – 30,000 บาท	12	5.5
มากกว่า 30,000 บาท	57	26.3
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อดินขาวสำเร็จรูปต่อเดือนของผู้ตอบ
แบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีค่าใช้จ่าย 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 30.9 รองลงมาค่าใช้จ่าย
มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 26.3 ค่าใช้จ่าย 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 13.8 ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า
5,000 บาท ร้อยละ 9.7 ค่าใช้จ่าย 20,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 9.2 ค่าใช้จ่าย 25,001 – 30,000 บาท
ร้อยละ 5.5 และค่าใช้จ่าย 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	166	76.5
ราคาเหมาะสม	168	77.4
ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	77	35.5
การบริการ	118	54.4
ความหลากหลายของสินค้า	25	11.5
ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	92	42.4
การให้เครดิต	87	40.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 217 คน

จากตารางที่ 20 พบว่าเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว จำกัดจำนวนมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 77.4 รองลงมาคุณภาพ ร้อยละ 76.5 การบริการ ร้อยละ 54.4 ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท ร้อยละ 42.4 การให้เครดิต ร้อยละ 40.1 ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ร้อยละ 35.5 และความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด

ระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	9	4.1
2 – 5 ปี	69	31.8
6 – 10 ปี	70	32.3
11 – มากกว่า 20 ปี	69	31.8
รวม	217	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด เป็นระยะเวลา 6 – 10 ปี มากที่สุด ร้อยละ 32.3 รองลงมาระยะเวลา 2 – 5 ปี และระยะเวลา 11 – มากกว่า 20 ปี ร้อยละ 31.8 และระยเวลานานน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าสำเร็จรูป

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
เลือกซื้อสินค้าสำเร็จรูปตามคู่แข่ง	41	18.9
สภากากรมืองแร่ จังหวัดลำปาง	15	6.9
ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา จังหวัดลำปาง	30	13.8
ตัดสินใจด้วยตนเอง	201	92.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถาม 217 คน

จากตารางที่ 22 พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 92.6 รองลงมาเลือกซื้อสินค้าสำเร็จรูปตามคู่แข่ง ร้อยละ 18.9 ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา จังหวัดลำปาง ร้อยละ 13.8 และสภากากรมืองแร่ จังหวัดลำปาง ร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	46 (21.2)	129 (59.4)	37 (17.1)	5 (2.3)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	15 (6.9)	108 (49.8)	88 (40.6)	6 (2.8)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	4
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	21 (9.7)	66 (30.4)	120 (55.3)	10 (4.6)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)	6
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	35 (16.1)	119 (54.8)	63 (29.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	2
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	40 (18.4)	46 (21.2)	110 (50.7)	21 (9.7)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)	5
การบริการโดยรวมของกิจการ	46 (21.2)	83 (38.2)	88 (40.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	3
การรับเปลี่ยน	35 (16.1)	43 (19.8)	104 (47.9)	25 (11.5)	10 (4.6)	3.31 (ปานกลาง)	7

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	41 (18.9)	123 (56.7)	53 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	1
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	20 (9.2)	119 (54.8)	78 (35.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	4
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	41 (18.9)	72 (33.2)	93 (42.9)	11 (5.1)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	5
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	30 (13.8)	109 (50.2)	78 (35.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	3
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	20 (9.2)	68 (31.3)	98 (45.2)	31 (14.3)	0 (0.0)	3.35 (ปานกลาง)	7
การบริการโดยรวมของกิจการ	46 (21.2)	88 (40.6)	83 (38.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	2
การรับเปลี่ยน	36 (16.6)	42 (19.4)	109 (50.2)	25 (11.5)	5 (2.3)	3.36 (ปานกลาง)	6

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.94) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	4.00	มาก	3.94	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.61	มาก	3.73	มาก
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อ ไม่มาก	3.45	ปานกลาง	3.66	มาก
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.87	มาก	3.78	มาก
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.48	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.81	มาก	3.83	มาก
การรับเปลี่ยน	3.31	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับมากเหมือนกัน คือ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน และการบริการโดยรวมของกิจการ ส่วนระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับปานกลางเหมือนกัน คือ การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย และการรับเปลี่ยน สำหรับการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพของสินค้า	61 (28.1)	90 (41.5)	66 (30.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
ราคาถูกกว่าที่อื่น	30 (13.8)	51 (23.5)	131 (60.4)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)	6
การให้เครดิตการชำระเงิน	61 (28.1)	98 (45.2)	42 (19.4)	5 (2.3)	11 (5.1)	3.89 (มาก)	3
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่า กิจการอื่น	40 (18.4)	73 (33.6)	88 (40.6)	11 (5.1)	5 (2.3)	3.61 (มาก)	5
มีหลายระดับราคาให้เลือกตาม คุณภาพสินค้า	45 (20.7)	104 (47.9)	62 (28.6)	6 (2.8)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	4
การออกไปกำกับภาษี	30 (13.8)	82 (37.8)	68 (31.3)	26 (12.0)	11 (5.1)	3.43 (ปานกลาง)	7
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย)	66 (30.4)	85 (39.2)	66 (30.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) และระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพของสินค้า	36 (16.6)	114 (52.5)	67 (30.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	2
ราคาถูกกว่าที่อื่น	20 (9.2)	62 (28.6)	125 (57.6)	10 (4.6)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)	6
การให้เครดิตการชำระเงิน	61 (28.1)	69 (31.8)	77 (35.5)	5 (2.3)	5 (2.3)	3.81 (มาก)	3
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่า กิจการอื่น	25 (11.5)	83 (38.2)	88 (40.6)	16 (7.4)	5 (2.3)	3.49 (ปานกลาง)	5
มีหลายระดับราคาให้เลือกตาม คุณภาพสินค้า	30 (13.8)	100 (46.1)	76 (35.0)	11 (5.1)	0 (0.0)	3.69 (มาก)	4
การออกไปกำกับภาษี	10 (4.6)	87 (40.1)	100 (46.1)	10 (4.6)	10 (4.6)	3.35 (ปานกลาง)	7
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย)	51 (23.5)	93 (42.9)	73 (33.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	1

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.98	มาก	3.86	มาก
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.49	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.89	มาก	3.81	มาก
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.61	มาก	3.49	ปานกลาง
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.87	มาก	3.69	มาก
การออกไปกำกับภาษี	3.43	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
มีระยะเวลาการยื่นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	4.00	มาก	3.90	มาก

จากตารางที่ 28 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับมากเหมือนกัน คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า การให้เครดิตการชำระเงิน มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และมีระยะเวลาการยื่นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) ส่วนระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ราคาถูกกว่าที่อื่น และการออกไปกำกับภาษี สำหรับระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ ต้องการ	31 (14.3)	76 (35.0)	92 (42.4)	9 (4.1)	9 (4.1)	3.51 (มาก)	5
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	41 (18.9)	129 (59.4)	42 (19.4)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	2
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่ง ซื้อ	35 (16.1)	83 (38.2)	89 (41.0)	5 (2.3)	5 (2.3)	3.64 (มาก)	4
ความถูกต้องในการจัดส่ง สินค้า	50 (23.0)	115 (53.0)	52 (24.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	1
การติดต่อทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ง่าย	45 (20.7)	130 (59.9)	37 (17.1)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	1
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้า	15 (6.9)	93 (42.9)	89 (41.0)	15 (6.9)	5 (2.3)	3.45 (ปานกลาง)	7
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามี จำนวนเพียงพอในการบริการ	20 (9.2)	88 (40.6)	87 (40.1)	22 (10.1)	0 (0.0)	3.49 (ปานกลาง)	6
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้า สั่ง	35 (16.1)	110 (50.7)	62 (28.6)	5 (2.3)	5 (2.3)	3.76 (มาก)	3

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า และการติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.95) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.76) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.51) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ ต้องการ	20 (9.2)	19 (8.8)	50 (23.0)	83 (38.2)	45 (20.7)	2.47 (น้อย)	5
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	31 (14.3)	118 (54.4)	63 (29.0)	0 (0.0)	5 (2.3)	3.78 (มาก)	2
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่ง ซื้อ	15 (6.9)	108 (49.8)	79 (36.4)	10 (4.6)	5 (2.3)	3.54 (มาก)	3
ความถูกต้องในการจัดส่ง สินค้า	25 (11.5)	125 (57.6)	62 (28.6)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	2
การติดต่อทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ง่าย	40 (18.4)	135 (62.2)	37 (17.1)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	1
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้า	10 (4.6)	25 (11.5)	57 (26.3)	84 (38.7)	41 (18.9)	2.44 (น้อย)	7
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามี จำนวนเพียงพอในการบริการ	10 (4.6)	92 (42.4)	89 (41.0)	26 (12.0)	0 (0.0)	3.40 (ปานกลาง)	4
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้า สั่ง	16 (7.4)	20 (9.2)	52 (24.0)	89 (41.0)	40 (18.4)	2.46 (น้อย)	6

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร และความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) และส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.54) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.47) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.46) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.44) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.51	มาก	2.47	น้อย
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	3.95	มาก	3.78	มาก
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ	3.64	มาก	3.54	มาก
ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	3.99	มาก	3.78	มาก
การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย	3.99	มาก	3.97	มาก
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.45	ปานกลาง	2.44	น้อย
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ	3.49	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	3.76	มาก	2.46	น้อย

จากตารางที่ 31 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับมากเหมือนกัน คือ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า และการติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย ส่วนระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับปานกลางเหมือนกัน คือ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ สำหรับจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	55 (25.3)	130 (59.9)	32 (14.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	2
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	50 (23.0)	124 (57.1)	38 (17.5)	5 (2.3)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	3
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	70 (32.3)	110 (50.7)	37 (17.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	1
กิจการมีการพบปะ เชื่อมเยินลูกค้าบ่อยครั้ง	30 (13.8)	84 (38.7)	71 (32.7)	27 (12.4)	5 (2.3)	3.49 (ปานกลาง)	6
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	30 (13.8)	105 (48.4)	55 (25.3)	22 (10.1)	5 (2.3)	3.61 (มาก)	5
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	15 (6.9)	111 (51.2)	86 (39.6)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	4
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	31 (14.3)	79 (36.4)	60 (27.6)	42 (19.4)	5 (2.3)	3.41 (ปานกลาง)	7
การออกงานแสดงสินค้า	10 (4.6)	63 (29.0)	102 (47.0)	37 (17.1)	5 (2.3)	3.17 (ปานกลาง)	9
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	15 (6.9)	68 (31.3)	103 (47.5)	26 (12.0)	5 (2.3)	3.29 (ปานกลาง)	8

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และกิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีการพบปะ เชื่อมเยินลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.41) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	55 (25.3)	120 (55.3)	42 (19.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	45 (20.7)	124 (57.1)	43 (19.8)	5 (2.3)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	3
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	60 (27.6)	121 (55.8)	36 (16.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	1
กิจการมีการพบปะ เชื่อมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	20 (9.2)	83 (38.2)	82 (37.8)	32 (14.7)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)	6
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	15 (6.9)	104 (47.9)	61 (28.1)	37 (17.1)	0 (0.0)	3.45 (ปานกลาง)	5
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	15 (6.9)	126 (58.1)	66 (30.4)	10 (4.6)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	4
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	26 (12.0)	68 (31.3)	66 (30.4)	47 (21.7)	10 (4.6)	3.24 (ปานกลาง)	7
การออกงานแสดงสินค้า	5 (2.3)	68 (31.3)	102 (47.0)	37 (17.1)	5 (2.3)	3.14 (ปานกลาง)	9
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	10 (4.6)	63 (29.0)	103 (47.5)	36 (16.6)	5 (2.3)	3.17 (ปานกลาง)	8

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67) สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) กิจการมีการพบปะ เชื่อมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย

3.42) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.24) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ		ระดับความพึงพอใจ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.11	มาก	4.06	มาก
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.01	มาก	3.96	มาก
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.15	มาก	4.11	มาก
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.49	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.61	มาก	3.45	ปานกลาง
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.63	มาก	3.67	มาก
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.41	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง
การออกงานแสดงสินค้า	3.17	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.29	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 34 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับมากเหมือนกัน คือ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท และการแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม ส่วนระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจที่มีระดับปานกลางเหมือนกัน คือ กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ การออกงานแสดงสินค้า และการที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน สำหรับกิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม และไม่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ตอบแบบสอบถาม	68	31.3
ผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม	149	68.7
รวม	217	100

จากตารางที่ 35 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ร้อยละ 31.3 และผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 68.7

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	27	32.5
ควรจัดส่งสินค้า ให้ครบถ้วนตามจำนวนที่สั่ง และตามกำหนดเวลาที่รับคำสั่งซื้อ	38	45.8
การควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน	11	13.3
สินค้านี้มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับดี	2	2.4
บริษัทฯ ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี	5	6.0
รวม	83	100

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายมีปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในเรื่อง ควรจัดส่งสินค้า ให้ครบถ้วนตามจำนวนที่สั่ง และตามกำหนดเวลาที่รับคำสั่งซื้อมากที่สุด ร้อยละ 45.8 รองลงมาปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 32.5 การควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน ร้อยละ 13.3 บริษัทฯ ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ร้อยละ 6.0 และสินค้านี้มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับดี ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ และระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

5.1 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.47 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.77 (มาก)	4.18 (มาก)	3.87 (มาก)
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.45 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.10) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.47) การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.42) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.82) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และการบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.81 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.72 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.52 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.52 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.98) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.72) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.96) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.51) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.07) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.80) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.37) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียนกิจการ					
	ระดับความสำคัญ			ระดับความพึงพอใจ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	3.80 (มาก)
สินค้ามีให้เลือก หลากหลาย	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.47 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตาม มาตรฐาน	3.77 (มาก)	4.18 (มาก)	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)
การมีสินค้าในคลัง พร้อมขาย	3.45 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
การบริการโดยรวมของ กิจการ	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.36 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย และการรับเปลี่ยน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน

ทะเบียน 2 – 5 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง สินค้ามีให้เลือก
หลากหลาย การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก ส่วนเรื่อง การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย
มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านราคา	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.97 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.57 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	4.10 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.10) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.69) การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.57) และราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.69) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.44) ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 2.96) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.98) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านราคา	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.37 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.51 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.51) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.04) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคาถูกกว่าที่อื่น และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) (ค่าเฉลี่ย) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.48) การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียน กิจการ

ด้านราคา	ทุนจดทะเบียนกิจการ					
	ระดับความสำคัญ			ระดับความพึงพอใจ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้า	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระ เงิน	3.97 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนาน กว่ากิจการอื่น	3.69 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้ เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.57 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีระยะเวลาการขึ้นราคา ที่เหมาะสม(ราคาไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย)	4.10 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 42 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาระหว่าง ความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท มี ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ราคาถูกกว่าที่อื่น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่

มีทุนจดทะเบียน 2 – 5 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ราคาถูกกว่าที่อื่น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 6 ล้านบาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น และการออกไปกำกับภาษี

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตาม
ทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตาม เวลาที่ต้องการ	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
การรับสั่งสินค้าทาง โทรศัพท์ / โทรสาร	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตาม คำสั่งซื้อ	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
ความถูกต้องในการจัดส่ง สินค้า	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ง่าย	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่ง สินค้า	3.57 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามี จำนวนเพียงพอในการ บริการ	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ ลูกค้าสั่ง	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 4.02) การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.95) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.67) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) และส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) และความเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.87) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.70) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	2.45 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	3.90 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ	3.64 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	2.51 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)	2.45 (น้อย)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ	3.58 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	2.58 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.05 (น้อย)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้

ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และพนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.58) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.51) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.45) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.31) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.87) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.62) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.47) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.24) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.93) การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70) และส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.45) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.40) และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.05) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนก ตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ทุนจดทะเบียนกิจการ					
	ระดับความสำคัญ			ระดับความพึงพอใจ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตาม เวลาที่ต้องการ	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	2.45 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
การรับสั่งสินค้าทาง โทรศัพท์ / โทรสาร	3.95 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตาม คำสั่งซื้อ	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ความถูกต้องในการ จัดส่งสินค้า	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ง่าย	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความรวดเร็วในการ จัดส่งสินค้า	3.57 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	2.51 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)	2.45 (น้อย)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามี จำนวนเพียงพอในการ บริการ	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	2.87 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ ลูกค้าสั่ง	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	2.58 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.05 (น้อย)

จากตารางที่ 45 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 2 – 5 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 6 ล้านบาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.27 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.58 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.72 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.53 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การออกงานแสดงสินค้า	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.72) กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.53) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.07) และพนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.27) การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.96) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.53) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียนกิจการ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้านบาท (n=45)	6 ล้านบาทขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.10 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.23 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.53 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.77 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.37 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
การออกงานแสดงสินค้า	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.24 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) และกิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.45) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.37) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.24) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.12) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 2 – 5 ล้านบาทให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.33) กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.27) กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.89) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนกิจการ 6 ล้านบาทขึ้นไปให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) และกิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.40) การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์คินขาว จำกัด จำแนกตามทุนจดทะเบียนกิจการ

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ทุนจดทะเบียนกิจการ					
	ระดับความสำคัญ			ระดับความพึงพอใจ		
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)	ไม่เกิน 1 ล้านบาท (n=132)	2 – 5 ล้าน บาท (n=45)	6 ล้านบาท ขึ้นไป (n=40)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.10 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.27 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)	4.23 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.58 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.72 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.53 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
การออกงานแสดงสินค้า	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1 ล้านบาท มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียน ลูกค้าบ่อยครั้ง และการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน 6 ล้านบาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

5.2 การให้ระดับความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.22 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.65 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.89 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.78 (มาก)	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)	4.01 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.67 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่

รู้จัก สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.67) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปีให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และการบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้า มีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.28) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.16) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.03) (ค่าเฉลี่ย) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปีให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.22) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) และสินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) และการรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.11 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	4.07 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.78 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.07 (มาก)
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.89 (มาก)	3.54 (มาก)	3.86 (มาก)	4.09 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.78) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.33) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.11) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปีให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.67) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และการบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.45) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.16) การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.10) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูป 6 – 10 ปีให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูป 11 – มากกว่า 20 ปีให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริการโดยรวมของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การรับเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และการมีสินค้าในคลังพร้อมขาย (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลา ที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2-5 ปี (n=69)	6-10 ปี (n=70)	11-มากกว่า 20ปี (n=69)	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2-5 ปี (n=69)	6-10 ปี (n=70)	11-มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)
สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย	3.22 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.65 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)
การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก	3.11 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	4.07 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.07 (มาก)
การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย	3.89 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
การบริการโดยรวมของกิจการ	3.78 (มาก)	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)	4.01 (มาก)	3.89 (มาก)	3.54 (มาก)	3.86 (มาก)	4.09 (มาก)
การรับเปลี่ยน	3.67 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 51 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์สินค้า จำกัด น้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จัก การมีสินค้าในคลังพร้อมขาย และการปรับเปลี่ยน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 2 – 5 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง สินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 6 – 10 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง การปรับเปลี่ยน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 11 – มากกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อไม่มาก และการปรับเปลี่ยน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านราคา	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.22 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	4.35 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.56 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	3.78 (มาก)	3.99 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.78) การให้เครดิตการชำระเงิน และระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้

ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.22) และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปีให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปีให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.03) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปีให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.01) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.99) ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.81) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านราคา	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.89 (มาก)	3.55 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.22 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
การให้เครดิตการชำระเงิน	4.11 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.49 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.56 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	4.06 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.11 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.96 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย

3.22) การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.11) และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปีให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.59) และราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.38) ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.26) และระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปีให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 3.96) การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) ราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.41) และการออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 2.99) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้เครดิตการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย) (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.99) การออกไปกำกับภาษี (ค่าเฉลี่ย 3.74) และราคาถูกกว่าที่อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อ ดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านราคา	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2-5 ปี (n=69)	6-10 ปี (n=70)	11-มากกว่า 20ปี (n=69)	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2-5 ปี (n=69)	6-10 ปี (n=70)	11-มากกว่า 20ปี (n=69)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.55 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.22 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	4.35 (มาก)	4.11 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.49 (มาก)
ระยะเวลาให้เครดิตนานกว่ากิจการอื่น	3.56 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)	3.56 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	4.06 (มาก)
การออกไปกำกับภาษี	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
มีระยะเวลาการขึ้นราคาที่เหมาะสม(ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย)	3.78 (มาก)	3.99 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.96 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 54 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์สินขาว จำกัด 2 – 5 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น และมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 6 – 10 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่องราคาถูกกว่าที่อื่น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 11 – มากกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ราคาถูกกว่าที่อื่น

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	4.07 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)
ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	4.28 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	4.28 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	3.89 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความ

ถูกต้องในการจัดส่งสินค้า การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.78) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.44) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.22) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) และส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.54) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.48) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) และพนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.64) และพนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.14) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 4.07) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	2.33 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.46 (น้อย)
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.94 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ	3.22 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)
ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.22 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	4.35 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	2.56 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	2.22 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การ

ติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.78) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.22) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และความเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.56) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.33) และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.22) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) และความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) (ค่าเฉลี่ย) (ค่าเฉลี่ย) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.39) พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.57) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.39) และความเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.35) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.41) ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.33) และความเร็วในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.27) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และพนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย

3.67) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง (ค่าเฉลี่ย 2.70) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.46) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 – มากกว่า 20ปี (n=69)	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 – มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.46 (น้อย)
การรับสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ / โทรสาร	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	4.07 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.94 (มาก)
ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.72 (มาก)
ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้า	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	4.28 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.22 (มาก)
การติดต่อทางโทรศัพท์สามารถติดต่อได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	4.35 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	2.56 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)
พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ	3.22 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง	3.89 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	2.22 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 57 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 2 – 5 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง ส่งสินค้าได้ครบถ้วนตามคำสั่งซื้อ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 6 – 10 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า พนักงานที่จัดส่งสินค้ามีจำนวนเพียงพอในการบริการ และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาซื้อสินค้าสำเร็จรูป 11 – มากกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และได้รับสินค้าถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่ง

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.11 (มาก)	3.59 (มาก)	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	4.13 (มาก)	4.49 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.89 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.78 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การออกงานแสดงสินค้า	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.11) กิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.33) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.67) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.84) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.71) และพนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) การที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.32) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23) และกิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.13) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64) และกิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.63) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) การที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.19) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) กิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยือนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการแต่งกาย

ของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 –มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)	4.35 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.22 (มาก)	3.59 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.22 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	4.42 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.44 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.22 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.52 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.00 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การออกงานแสดงสินค้า	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.33 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.67) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.44) การที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.33) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.67) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 2 – 5 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.86) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.75) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.64) และพนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) การที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.12) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.01) และกิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 6 – 10 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.04) การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) กิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.69) และกิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) การที่กิจกรรมมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด 11 – มากกว่า 20 ปี ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.42) พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.35) พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) กิจกรรมมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย

3.57) และการแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.52) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.20) และการออกงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด จำแนกตาม ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระยะเวลาที่ซื้อดินขาวสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด							
	ระดับความสำคัญ				ระดับความพึงพอใจ			
	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 – มากกว่า 20ปี (n=69)	น้อยกว่า 1 ปี (n=9)	2 – 5 ปี (n=69)	6 – 10 ปี (n=70)	11 – มากกว่า 20ปี (n=69)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)	4.35 (มาก)
พนักงานมีความเข้าใจในสินค้า	4.11 (มาก)	3.59 (มาก)	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.22 (มาก)	3.59 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสัมพันธ์ ความเป็นกันเองระหว่างลูกค้ากับบริษัท	4.11 (มาก)	3.84 (มาก)	4.13 (มาก)	4.49 (มาก)	4.22 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	4.42 (มาก)
กิจการมีการพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยครั้ง	3.89 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)
กิจการให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า	3.78 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)
การแต่งกายของพนักงานจัดส่งมีความเหมาะสม	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.52 (มาก)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การออกงานแสดงสินค้า	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การที่กิจการมีการช่วยเหลือชุมชน	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดระหว่างความสำคัญกับความพึงพอใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่ซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากบริษัท กิตติโรจน์ดินขาว จำกัด น้อยกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความสำคัญในเรื่อง กิจกรรมมีการพบปะ เชื่อมเขียนลูกค้าบ่อยครั้ง กิจกรรมให้คำปรึกษาปัญหาแก่ลูกค้า และการมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้