

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่องการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย รวมทั้งสิ้น 52 ราย และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและธุรกิจ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ สมรส การศึกษาของผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินการ แสดงดังตารางที่ 1-10

ส่วนที่ 2 : การดำเนินงานของธุรกิจ ในด้านการจัดการได้แก่การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากร การตั้งกร และการควบคุม แนวคิดด้านการตลาดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดรวมถึงแนวคิดการค้าปลีก แนวคิดทางการเงินการบัญชี ได้แก่การจัดการหาเงินทุน การบริหารเงินทุนหมุนเวียน การจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงคลัง มาเป็นแนวทางประกอบในการศึกษา แสดงดังตารางที่ 11-53

ส่วนที่ 3 : ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ ในด้านการจัดการด้านการตลาด และด้านการเงิน แสดงดังตารางที่ 54-62

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและธุรกิจ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเพศของผู้ประกอบการ

เพศ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	11	39.29	9	37.50	20	38.46
หญิง	17	60.71	15	62.50	32	61.54
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 60.71 และเป็นเพศชายจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 และเป็นเพศชายจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 61.54 และเป็นเพศชายจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	24	85.71	23	95.83	47	90.38
สมรส	4	14.29	1	4.17	5	9.62
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 85.71 และมีสถานภาพสมรสจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 95.83 และมีสถานภาพสมรสจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 47 รายคิดเป็นร้อยละ 90.38 และมีสถานภาพสมรสจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62

ตาราง ที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามอายุของผู้ประกอบการ

อายุ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	7.14	1	4.17	3	5.77
20 – 30 ปี	20	71.43	21	87.50	41	78.85
31 – 40 ปี	5	17.86	2	8.33	7	13.46
41 – 50 ปี	1	3.57	0	0	1	1.92
มากกว่า 50 ปี	0	0	0	0	0	0
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปีจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 71.43 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปีจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปีจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปีจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 78.85 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปีจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	7	25.00	4	16.66	11	21.16
อนุปริญญา	8	28.57	2	8.33	10	19.23
ปริญญาตรี	10	35.71	16	66.67	26	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	3	10.72	1	4.17	4	7.69
อื่นๆ	0	0	1	4.17	1	1.92
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.66 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 มีระดับการศึกษาอื่นๆได้แก่ระดับปวช. จำนวน 1 ราย

ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.16 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 มีระดับการศึกษาอื่นๆได้แก่ระดับปวช.จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ลักษณะของธุรกิจ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	16	57.14	12	50.00	28	53.85
ธุรกิจครอบครัว	8	28.57	4	16.67	12	23.08
ธุรกิจร่วมกับเพื่อนฝูง คนรู้จัก	3	10.72	4	16.67	7	13.46
บริษัทเอกชน	1	3.57	4	16.67	5	9.61
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียวจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจครอบครัวจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจร่วมกับเพื่อนฝูง คนรู้จักจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.72 มีลักษณะของธุรกิจเป็นบริษัทเอกชนจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียวจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจครอบครัวจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจร่วมกับเพื่อนฝูง คนรู้จักจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 มีลักษณะของธุรกิจเป็นบริษัทเอกชนจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของธุรกิจเป็นเจ้าของคนเดียวจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจครอบครัวจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 มีลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจร่วมกับเพื่อนฝูง คนรู้จักจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 มีลักษณะของธุรกิจเป็นบริษัทเอกชนจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.61

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4	14.29	4	16.67	8	15.38
บริษัทจำกัด	1	3.57	6	25.00	7	13.46
จดทะเบียนร้านค้า	17	60.71	11	45.83	28	53.85
ไม่ได้จดทะเบียน	6	21.43	3	12.50	9	17.31
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นจดทะเบียนร้านค้าจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 60.71 ไม่ได้จดทะเบียนจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และมีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นจดทะเบียนร้านค้าจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่ได้จดทะเบียนจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นจดทะเบียนร้านค้าจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85 ไม่ได้จดทะเบียนจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 มีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 และมีลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะของการดำเนินธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ดำเนินการอยู่

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำการขายสินค้า	28	100	24	100	52	100
ซื้อเครื่องเก่า แลกเปลี่ยน	21	75.00	18	75.00	39	75.00
รับซ่อม ปรับเครื่อง	19	67.86	17	70.83	36	69.23
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบทำการขายสินค้าจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 100 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบซื้อเครื่องเก่า แลกเปลี่ยนจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบรับซ่อมปรับเครื่องจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบทำการขายสินค้าจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 100 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบซื้อเครื่องเก่า แลกเปลี่ยนจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบรับซ่อมปรับเครื่องจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 70.83

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบทำการขายสินค้าจำนวน 52 รายคิดเป็นร้อยละ 100 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบซื้อเครื่องเก่า แลกเปลี่ยนจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบรับซ่อมปรับเครื่องจำนวน 36 รายคิดเป็นร้อยละ 69.23

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	4	14.29	1	4.17	5	9.62
6 เดือน - 1 ปี	4	14.29	4	16.66	8	15.38
1 ปี - 3 ปี	15	53.57	10	41.67	25	48.08
3 ปี - 5 ปี	1	3.57	3	12.50	4	7.69
มากกว่า 5 ปี	4	14.28	6	25.00	10	19.23
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 1 ปีถึง 3 ปีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.57 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจน้อยกว่า 6 เดือนจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 6 เดือนถึง 1 ปีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจมากกว่า 5 ปีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.28

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 1 ปีถึง 3 ปีจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจมากกว่า 5 ปีจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 6 เดือนถึง 1 ปีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.66

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 1 ปีถึง 3 ปีจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 48.08 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจมากกว่า 5 ปีจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการธุรกิจ 6 เดือนถึง 1 ปีจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตาม
ปัจจัยในการเลือกประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยในการเลือกประกอบการ ธุรกิจ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความรู้ ความชำนาญ หรือ เรียนรู้ได้ง่าย	8	28.57	10	41.67	18	34.62
ด้านต้นทุน ใช้ต้นทุนต่ำ หรือ สามารถลงทุนได้	1	3.57	2	8.33	3	5.77
ด้านตลาด ตลาดยังมีการเติบโต และสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้	20	71.43	13	54.17	33	63.46
ด้านลักษณะธุรกิจ เป็นธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ น่าสนใจ	18	64.29	19	79.17	37	71.15
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า
24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็น
ทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยในการเลือกประกอบการธุรกิจร้านขาย
โทรศัพท์เคลื่อนที่คือปัจจัยด้านตลาด ตลาดยังมีการเติบโต และสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้
จำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 71.43 ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี
ใหม่ๆ น่าสนใจจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29 ปัจจัยด้านความรู้ ความชำนาญจำนวน 8 ราย
คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต
พลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยในการเลือกประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่
คือปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ น่าสนใจจำนวน 19 รายคิด
เป็นร้อยละ 79.17 ปัจจัยด้านตลาด ตลาดยังมีการเติบโต และสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้จำนวน
13 รายคิดเป็นร้อยละ 54.17 ปัจจัยด้านความรู้ ความชำนาญจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52
ราย ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยในการเลือกประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่คือปัจจัยด้าน

ลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ นำสนใจจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 71.15 ปัจจัยด้านตลาด ตลาดยังมีการเติบโต และสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้จำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 63.46 ปัจจัยด้านความรู้ ความชำนาญจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามจำนวนร้านที่เปิดดำเนินการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่

จำนวนร้านที่เปิดดำเนินการ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	12	42.86	12	50.00	24	46.15
2 ร้าน	8	28.57	3	12.50	11	21.16
มากกว่า 2 ร้าน	8	28.57	9	37.50	17	32.69
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ร้านจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ร้านจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 ร้านจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ร้านจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 ร้านจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ร้านจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ร้านจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 ร้านจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ผู้ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ร้านจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.16

ส่วนที่ 2 : การดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูโลกสวนแก้ว จำแนกตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการจัดการ	10	35.71	11	39.29	7	25.00	0	0	0	0	28	4.10	สำคัญมาก	3
2.ด้านการตลาด	11	39.29	12	42.86	5	17.86	0	0	0	0	28	4.21	สำคัญมาก	1
3.ด้านการเงิน	12	42.86	9	32.14	7	25.00	0	0	0	0	28	4.19	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูโลกสวนแก้วจำนวน 28 รายในการดำเนินธุรกิจ ในด้านการจัดการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดการให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ความสำคัญมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการเงิน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเงิน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในการดำเนินธุรกิจ จะให้ความสำคัญกับการตลาดเป็นลำดับแรก ด้านการเงินเป็นลำดับที่สอง และด้านการจัดการเป็นลำดับที่สามตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายอาชีพที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จำนวนตาม
 การให้ความสำคัญด้านต่างๆในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการจัดการ	7	29.17	13	54.17	4	16.67	0	0	0	0	24	4.13	สำคัญมาก	3
2.ด้านการตลาด	15	62.50	6	25.00	3	12.50	0	0	0	0	24	4.50	สำคัญมากที่สุด	1
3.ด้านการเงิน	10	41.67	9	37.50	4	16.67	1	4.17	0	0	24	4.17	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการวางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายอาชีพที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จำนวน 24 ราย ในการดำเนิน
 ธุรกิจ ในด้านการจัดการให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อย
 ละ 54.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด
 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดการให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการตลาดให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 6 รายคิด
 เป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญ
 น้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตลาดให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด

ในด้านการเงินให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 9 รายคิดเป็น
 ร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ความสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17
 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเงินให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในการดำเนินธุรกิจ จะให้ความสำคัญกับการตลาดเป็นลำดับแรก ด้านการเงินเป็นลำดับที่สอง และด้านการ
 จัดการเป็นลำดับที่สามตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายสาขาโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด จำแนกตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆในการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการจัดการ	17	32.69	24	46.15	11	21.15	0	0	0	0	52	4.12	สำคัญมาก	3
2.ด้านการตลาด	26	50.00	18	34.62	8	15.38	0	0	0	0	52	4.34	สำคัญมาก	1
3.ด้านการเงิน	22	42.31	18	34.62	11	21.15	1	1.92	0	0	52	4.17	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย : สำคัญที่สุด 3.50-4.49 สำคัญมาก 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด)

จากการรวบรวมว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายสาขาโทรศัพท์เคลื่อนที่ในทางสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในการดำเนินธุรกิจ ในด้านการจัดการให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด

ในด้านการตลาดให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด

ในด้านการเงิน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 42.31 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเงิน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในการดำเนินธุรกิจ จะให้ความสำคัญกับการตลาดเป็นลำดับแรก ด้านการเงินเป็นลำดับที่สอง และด้านการจัดการเป็นลำดับที่สามตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูสแควร์ จำนวนตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆของการจัดการ

ด้านต่างๆของการจัดการ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	10	35.71	13	46.43	5	17.86	0	0	0	0	28	4.19	สำคัญมาก	1
2.การจัดองค์กร	5	17.86	10	35.71	10	35.71	2	7.14	1	3.57	28	3.57	สำคัญมาก	4
3.การจัดคนเข้าทำงาน	4	14.29	12	42.86	10	35.71	1	3.57	1	3.57	28	3.61	สำคัญมาก	3
4.การสั่งการ	4	14.29	8	28.57	12	42.86	3	10.71	1	3.57	28	3.39	สำคัญปานกลาง	5
5.การควบคุม	10	35.71	9	32.14	9	32.14	0	0	0	0	28	4.04	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการวางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูสแควร์จำนวน 28 ราย ในด้านต่างๆของการจัดการ ในตารางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุดและเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญ ได้ว่าในด้านกรวางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ความสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญ ได้ว่าในด้านกรจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ จะให้ความสำคัญกับการวางแผนเป็นลำดับแรก การควบคุมเป็นลำดับที่สอง การจัดคนเข้าทำงานเป็นลำดับที่สาม การจัดองค์กรเป็นลำดับที่สี่ และการสั่งการเป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ทพลาซ่า จำนวนตาม การให้ความสำคัญด้านต่างๆของการจัดการ

ด้านต่างๆของการจัดการ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรปรวนสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	9	37.50	9	37.50	5	20.83	1	4.17	0	0	24	4.46	สำคัญมาก	1
2.การจัดองค์กร	5	20.83	7	29.17	7	29.17	2	8.33	3	12.50	24	3.38	สำคัญปานกลาง	4
3.การจัดคนเข้าทำงาน	5	20.83	8	33.33	8	33.33	1	4.17	2	8.33	24	3.54	สำคัญมาก	3
4.การสั่งการ	4	16.67	6	25.00	8	33.33	3	12.50	3	12.50	24	3.21	สำคัญปานกลาง	5
5.การควบคุม	9	37.50	10	41.67	4	16.67	1	4.17	0	0	24	4.13	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ทพลาซ่า จำนวน 24 ราย ในด้านต่างๆของการจัดการ ในการวางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ความสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อถិតค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการวางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 และเมื่อถិតค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ จะให้ความสำคัญกับการวางแผนเป็นลำดับแรก การควบคุมเป็นลำดับที่สอง การจัดคนเข้าทำงานเป็นลำดับที่สาม การจัดองค์กรเป็นลำดับที่สี่ และการสั่งการเป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นทั้งหมด จำนวนการค้าอยู่ด้านต่างๆของการจัดการ

ด้านต่างๆของการจัดการ	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	19	36.54	22	42.31	10	19.23	1	1.92	0	0	52	4.13	สำคัญมาก	1
2.การจัดองค์กร	10	19.23	17	32.69	17	32.69	4	7.69	4	7.69	52	3.48	สำคัญปานกลาง	4
3.การจัดคนเข้าทำงาน	9	17.31	20	38.46	18	34.62	2	3.85	3	5.77	52	3.58	สำคัญมาก	3
4.การสั่งการ	8	15.38	14	26.92	20	38.46	6	11.54	4	7.69	52	3.30	สำคัญปานกลาง	5
5.การควบคุม	19	36.54	19	36.54	13	25.00	1	1.92	0	0	52	4.08	สำคัญมาก	2

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในด้านต่างๆของการจัดการ ในการวางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 42.31 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการวางแผน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดองค์กร ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดคนเข้าทำงาน ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 26.92 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการการสั่งการ ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุม ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ จะให้ความสำคัญกับการวางแผนเป็นลำดับแรก การควบคุมเป็นลำดับที่สอง การจัดคนเข้าทำงานเป็นลำดับที่สาม การจัดองค์กรเป็นลำดับที่สี่ และการสั่งการเป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนงาน

ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โครงสร้างธุรกิจ	9	32.14	7	29.17	16	30.77
ด้านบุคลากร	11	39.29	12	50.00	23	44.23
เงินทุน	22	78.57	19	79.17	41	78.85
ความสามารถในการจัดหาสินค้า	17	60.71	11	45.83	28	53.85
ความสามารถในการกระจายสินค้า	19	67.86	15	62.50	34	65.38
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนงานของธุรกิจ โดยใช้ปัจจัยเงินทุนจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 ปัจจัยความสามารถในการกระจายสินค้าจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86 ปัจจัยความสามารถในการจัดหาสินค้าจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 60.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนงานของธุรกิจ โดยใช้ปัจจัยเงินทุนจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 79.17 ปัจจัยความสามารถในการกระจายสินค้าจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 ปัจจัยด้านบุคลากรจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายในที่ใช้ในการวางแผนงานโดยใช้ปัจจัยเงินทุนจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 78.85 ปัจจัยความสามารถในการกระจายสินค้าจำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 65.38 ปัจจัยความสามารถในการจัดหาสินค้าจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยภายนอกที่ใช้ในการวางแผนงาน

ปัจจัยภายนอกที่มีผลใช้ในการวางแผนงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อ ข่าวสาร	14	50.00	10	41.67	24	46.15
สภาพเศรษฐกิจ	17	60.71	14	58.33	31	59.62
คู่แข่งชั้น และลูกค้า	23	82.14	19	79.17	42	80.77
ความพร้อมของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่	6	21.43	7	29.17	13	25.00
เทคโนโลยี	8	28.57	9	37.50	17	32.69
สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม	10	35.71	5	20.83	15	28.85
ตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้า	21	75.00	14	58.33	35	67.31
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายนอกต่างๆในการวางแผนงานของธุรกิจ โดยใช้ปัจจัยด้านคู่แข่งชั้น และลูกค้าจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 82.14 ปัจจัยด้านตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้าจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 60.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายนอกต่างๆในการวางแผนงานของธุรกิจ โดยใช้ปัจจัยด้านคู่แข่งชั้น และลูกค้าจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 79.17 ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ปัจจัยด้านตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้าจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ปัจจัยภายนอกต่างๆในการวางแผนงานของธุรกิจ โดยใช้ปัจจัยด้านคู่แข่งชั้น และลูกค้าจำนวน 42 รายคิดเป็นร้อยละ 80.77 ปัจจัยด้านตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้าจำนวน 35 รายคิดเป็นร้อยละ 67.31 ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจจำนวน 31 รายคิดเป็นร้อยละ 59.62

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามการจัดองค์กร

การจัดองค์กร	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีระดับสายการบังคับบัญชา มีแต่ผู้ประกอบการ	3	10.71	10	41.67	13	25.00
มี 1 ระดับการบังคับบัญชา คือผู้ประกอบการ และพนักงาน	21	75.00	9	37.50	30	57.69
มี 2 ระดับการบังคับบัญชา คือผู้ประกอบการ ผู้จัดการและพนักงาน	4	14.29	5	20.83	9	17.31
มีมากกว่า 2 ระดับการบังคับบัญชา	0	0	0	0	0	0
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่จัดองค์กรโดยมี 1 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ และพนักงานจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 จัดองค์กรโดยมี 2 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ ผู้จัดการและพนักงานจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 จัดองค์กรโดยไม่มีระดับสายการบังคับบัญชาคือมีแต่ผู้ประกอบการจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่จัดองค์กรโดยไม่มีระดับสายการบังคับบัญชา มีแต่ผู้ประกอบการจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 จัดองค์กรโดยมี 1 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ และพนักงานจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 จัดองค์กรโดยมี 2 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ ผู้จัดการและพนักงานจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่จัดองค์กรโดยมี 1 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ และพนักงานจำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 57.69 จัดองค์กรโดยไม่มีระดับสายการบังคับบัญชาคือมีแต่ผู้ประกอบการจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 จัดองค์กรโดยมี 2 ระดับการบังคับบัญชาคือผู้ประกอบการ ผู้จัดการและพนักงานจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามการจัดจ้างพนักงาน

การจัดจ้างพนักงาน	เซ็นทรัลกาตสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ้าง	25	89.29	14	58.33	39	75.00
ไม่จ้าง	3	10.71	10	41.67	13	25.00
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาตสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 89.29 ไม่จัดจ้างพนักงานจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ไม่จัดจ้างพนักงานจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 ไม่จัดจ้างพนักงานจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามตำแหน่งพนักงานที่จัดจ้าง

ตำแหน่งพนักงานที่จัดจ้าง	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบัญชี	4	16.00	8	57.14	12	30.77
พนักงานขาย	24	96.00	13	92.86	37	94.87
พนักงานด้านเทคนิค ซ่อม บำรุง	13	52.00	8	57.14	21	53.85

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการที่จัดจ้างพนักงาน ในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 25 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 14 ราย รวม 39 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานขายจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 96.00 จัดจ้างพนักงานด้านเทคนิค ซ่อมบำรุงจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 52.00 จัดจ้างพนักงานบัญชีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.00 จัดจ้างพนักงานด้านอื่นๆ ได้แก่พนักงานส่งของจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานขายจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 92.86 จัดจ้างพนักงานบัญชีจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 จัดจ้างพนักงานด้านเทคนิค ซ่อมบำรุงจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 จัดจ้างพนักงานด้านอื่นๆ ได้แก่พนักงานด้านจัดการและไม่เจาะจงรวมเป็นจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 ราย ส่วนใหญ่ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานขายจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 94.87 จัดจ้างพนักงานด้านเทคนิค ซ่อมบำรุงจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85 จัดจ้างพนักงานบัญชีจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77 จัดจ้างพนักงานด้านอื่นๆ ได้แก่พนักงานส่งของพนักงานด้านจัดการ และไม่เจาะจงรวมเป็นจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 10.26

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคนเข้ามาทำงาน

หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกคน เข้ามาทำงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณวุฒิ	7	28.00	6	42.85	13	33.33
อายุ	9	36.00	4	28.57	13	33.33
เพศ	8	32.00	6	42.86	14	35.90
บุคลิกภาพ	18	72.00	11	78.57	29	74.36
ความรู้ความสามารถ	20	80.00	13	92.86	33	84.62
ความชำนาญ	16	64.00	8	57.14	24	61.54
อื่นๆ	4	16.00	1	7.14	5	12.82

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการที่จัดจ้างพนักงาน ในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 25 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 14 ราย รวม 39 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการดำเนินการจัดจ้างพนักงาน โดยใช้ ด้านความรู้ความสามารถจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 80.00 ด้านบุคลิกภาพจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 72.00 ด้านความชำนาญจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 64.00 ด้านอื่นๆ ได้แก่ด้านความสะอาด ความรับผิดชอบ ความอดทน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวมจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการดำเนินการจัดจ้างพนักงาน โดยใช้ด้านความรู้ความสามารถจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 92.86 ด้านบุคลิกภาพจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 ด้านความชำนาญจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ด้านอื่นๆ ได้แก่ด้านประสบการณ์จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้หลักเกณฑ์ในการดำเนินการจัดจ้างพนักงาน โดยใช้ด้านความรู้ความสามารถจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 84.62 ด้านบุคลิกภาพจำนวน 29 รายคิดเป็นร้อยละ 74.36 ด้านความชำนาญจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 61.54

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยในการกำหนดค่าจ้าง

ปัจจัยในการกำหนดค่าจ้าง	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าครองชีพ	6	24.00	3	21.43	9	23.07
ตลาดแรงงาน	6	24.00	1	7.14	7	17.95
กฎหมายแรงงาน	4	16.00	3	21.43	7	17.95
ฐานะการเงินของกิจการ	9	36.00	8	57.14	17	43.60
ความสามารถของพนักงาน	22	88.00	10	71.43	32	82.05
ลักษณะ บุคลิกเฉพาะตัว	1	4.00	1	7.14	2	5.13
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการที่จัดจ้างพนักงาน ในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 25 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 14 ราย รวม 39 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 ราย ส่วนใหญ่ได้กำหนดค่าจ้างแก่พนักงานโดยใช้ปัจจัยความสามารถของพนักงานจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 88.00 ปัจจัยฐานะการเงินของกิจการจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 36.00 ปัจจัยค่าครองชีพจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 24.00 ปัจจัยตลาดแรงงานจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 24.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 ราย ส่วนใหญ่ได้กำหนดค่าจ้างแก่พนักงานโดยใช้ปัจจัยความสามารถของพนักงานจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 71.43 ปัจจัยฐานะการเงินของกิจการจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ปัจจัยค่าครองชีพจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 ปัจจัยกฎหมายแรงงานจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 ราย ส่วนใหญ่ได้กำหนดค่าจ้างแก่พนักงานโดยใช้ปัจจัยความสามารถของพนักงานจำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 82.05 ปัจจัยฐานะการเงินของกิจการจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 43.60 ปัจจัยค่าครองชีพจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 23.07

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามวิธีให้การอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงาน

วิธีให้การอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการอบรม	5	17.86	5	20.83	10	19.23
เรียนรู้ด้วยตนเอง จากเอกสาร หนังสือ website หรือสื่ออื่นๆ	14	50.00	16	66.67	30	57.69
อบรม สอน โดยผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ	12	42.86	8	33.33	20	38.46
อื่นๆ	1	3.57	2	8.33	3	5.77

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่อบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง จากเอกสาร หนังสือ website หรือสื่ออื่นๆจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 อบรมสอนโดยผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ไม่มีการอบรมให้พนักงานหรือเพื่อนร่วมงานจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 อบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยวิธีอื่นๆคือค่อยๆสอนทีละเล็กละน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่อบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง จากเอกสาร หนังสือ website หรือสื่ออื่นๆจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 อบรม สอนโดยผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ไม่มีการอบรมให้พนักงานหรือเพื่อนร่วมงานจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ใช้วิธีการอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยวิธีอื่นๆได้แก่การจัดประชุมรายสัปดาห์และอบรมรายเดือนรวม 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ใช้วิธีการอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงาน โดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง จากเอกสาร หนังสือ website หรือสื่ออื่นๆจำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 57.69 ใช้วิธีการอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยการอบรม สอนโดยผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46 ไม่มีการอบรมให้พนักงานหรือเพื่อนร่วมงานจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ใช้วิธีการอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยวิธีอื่นๆรวมจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะของการสั่งการพนักงาน

ลักษณะของการสั่งการพนักงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สั่งโดยไม่เปิดโอกาสให้ซักถาม	2	8.00	1	7.14	3	7.69
สั่งโดยเปิดโอกาสให้ซักถามได้	15	60.00	10	71.42	25	64.10
สั่งโดยทั้งสองแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์	8	32.00	3	21.42	11	28.20
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการที่จัดจ้างพนักงาน ในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 25 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 14 ราย รวม 39 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 ราย ส่วนใหญ่มีการสั่งการโดยเปิดโอกาสให้ซักถามได้จำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 60.00 สั่งโดยทั้งสองแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์จำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 32.00 สั่งโดยไม่เปิดโอกาสให้ซักถามจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 ราย ส่วนใหญ่มีการสั่งการโดยเปิดโอกาสให้ซักถามได้จำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 71.42 สั่งโดยทั้งสองแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์จำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 21.42 สั่งโดยไม่เปิดโอกาสให้ซักถามจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 ราย ส่วนใหญ่มีการสั่งการโดยเปิดโอกาสให้ซักถามได้จำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 64.10 สั่งโดยทั้งสองแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์จำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 28.20 สั่งโดยไม่เปิดโอกาสให้ซักถามจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามวิธีจูงใจพนักงานในการทำงาน

วิธีจูงใจพนักงานในการทำงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เพิ่ม จากยอดขาย	19	76.00	12	85.71	31	79.49
การให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเอง	14	56.00	4	28.57	18	46.15
สวัสดิการ วันหยุด เป็นต้น	9	36.00	4	28.57	13	33.33
อื่นๆ	2	8.00	1	7.14	3	7.69

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการที่จัดจ้างพนักงาน ในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 25 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 14 ราย รวม 39 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 25 ราย ส่วนใหญ่ใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานโดยเพิ่มรายได้จากยอดขายจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 76.00 โดยให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเองจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 56.00 โดยให้สวัสดิการ วันหยุด จำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 36.00 โดยวิธีอื่นๆไม่ระบุ จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 14 ราย ส่วนใหญ่ใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานโดยเพิ่มรายได้จากยอดขายจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 85.71 โดยให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเองจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 โดยให้สวัสดิการ วันหยุด จำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 โดยวิธีอื่นๆไม่ระบุจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงานจำนวน 39 ราย ส่วนใหญ่ใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานโดยเพิ่มรายได้จากยอดขายจำนวน 31 รายคิดเป็นร้อยละ 79.49 โดยให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเองจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 โดยให้สวัสดิการ วันหยุด จำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 วิธีอื่นๆไม่ระบุจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินงาน

ระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินงาน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายวัน	21	75.00	16	66.67	37	71.15
รายสัปดาห์	7	25.00	3	12.50	10	19.23
รายเดือน	15	53.57	12	50.00	27	51.92
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินงานรายวันจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 สรุปผลการดำเนินงานรายเดือนจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 53.57 สรุปผลการดำเนินงานรายสัปดาห์จำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินงานรายวันจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 สรุปผลการดำเนินงานรายเดือนจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 สรุปผลการดำเนินงานรายสัปดาห์จำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินงานรายวันจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 71.15 สรุปผลการดำเนินงานรายเดือนจำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 51.92 สรุปผลการดำเนินงานรายสัปดาห์จำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายอาชีพที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว จำนวนตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆของการตลาด

ด้านต่างๆของการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	9	32.14	17	60.71	2	7.14	0	0	0	0	28	4.25	สำคัญมาก	2
2.ด้านราคา	16	57.14	10	35.71	2	7.14	0	0	0	0	28	4.50	สำคัญมากที่สุด	1
3.ด้านการจัดจำหน่าย	11	39.29	13	46.43	4	14.29	0	0	0	0	28	4.25	สำคัญมาก	2
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	8	28.57	14	50.00	4	14.29	2	7.14	0	0	28	4.00	สำคัญมาก	5
5.ลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้า	10	35.71	15	53.57	2	7.14	1	3.57	0	0	28	4.21	สำคัญมาก	4

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายอาชีพที่เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วจำนวน 28 ราย ในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 60.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก ให้ความสำคัญปานกลางจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด ให้ความสำคัญปานกลางจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด

ในด้านราคา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านราคา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด

ในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 53.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ,ความนิยมในตัวสินค้าให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่สอง ด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้าเป็นลำดับที่สี่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า จั๊นแนกตาม การให้ความสำคัญด้านต่างๆของการตลาด

ด้านต่างๆของการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	9	37.50	11	45.83	4	16.67	0	0	0	0	24	4.21	สำคัญมาก	2
2.ด้านราคา	10	41.67	11	45.83	3	12.50	0	0	0	0	24	4.29	สำคัญมาก	1
3.ด้านการจัดจำหน่าย	6	25.00	13	54.17	5	20.83	0	0	0	0	24	4.04	สำคัญมาก	4
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	9	37.50	7	29.17	7	29.17	1	4.17	0	0	24	4.00	สำคัญมาก	5
5.ลูกค้าพฤติกรรมเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้า	9	37.50	10	41.67	3	12.50	2	8.33	0	0	24	4.08	สำคัญมาก	3

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า จำนวน 24 ราย ในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และมีอัตราค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด 4.21

ในด้านราคา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และมีอัตราค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านราคาให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุด 4.29

ในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 54.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้าให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้าให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่สอง ด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ,ความนิยมในตัวสินค้าเป็นลำดับที่สาม ด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับสี่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด จำแนกตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆของการตลาด

ด้านต่างๆของการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	18	34.62	28	53.85	6	11.54	0	0	0	0	52	4.23	สำคัญมาก	2
2.ด้านราคา	26	50.00	21	40.38	5	9.62	0	0	0	0	52	4.40	สำคัญมาก	1
3.ด้านการจัดจำหน่าย	17	32.69	26	50.00	9	17.31	0	0	0	0	52	4.15	สำคัญมาก	4
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	17	32.69	21	40.38	11	21.15	3	5.77	0	0	52	4.00	สำคัญมาก	5
5.ลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้า	19	36.54	25	48.08	5	9.62	3	5.77	0	0	52	4.21	สำคัญมาก	3

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการวางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และมีผลคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านราคา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และมีผลคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านราคา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 48.08 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ,ความนิยมในตัวสินค้า ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่สอง ด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ,ความนิยมในตัวสินค้าเป็นลำดับที่สาม ด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับสี่ และด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ห้าตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรายของบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เลือกจำหน่าย

ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่เลือกจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
AIS	27	96.43	24	100	51	98.08
DTAC	24	85.71	21	87.50	45	86.54
TA Orange	19	67.86	21	87.50	40	76.92

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ คอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ได้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS จำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 96.43 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC จำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 85.71 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ TA Orange จำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ได้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS จำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 100.00 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ TA Orange จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ได้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS จำนวน 51 รายคิดเป็นร้อยละ 98.08 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC จำนวน 45 รายคิดเป็นร้อยละ 86.54 จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ TA Orange จำนวน 40 รายคิดเป็นร้อยละ 76.92

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามปัจจัยที่ใช้ในการเลือกจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใด ๆ

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือก	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การสนับสนุนด้านตลาด	10	35.71	12	50.00	22	42.31
การกระจายสินค้าเร็ว และไม่ขาดตลาด	14	50.00	10	41.67	24	46.15
โครงข่ายดี ลูกค้าพอใจ ขายง่าย	21	75.00	20	83.33	41	78.85
ศูนย์บริการดี	14	50.00	14	58.33	28	53.85
อื่นๆ	1	3.57	1	4.17	2	3.85

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ในการเลือกจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใด ได้ใช้ปัจจัยด้านโครงข่ายที่ดี ลูกค้าพอใจ ขายง่ายจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 ใช้ปัจจัยการกระจายสินค้าเร็ว และไม่ขาดตลาดจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ใช้ปัจจัยด้านศูนย์บริการที่ดีจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 และใช้ปัจจัยด้านอื่นๆได้แก่ความยืดหยุ่นให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย การเลือกจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใด ได้ใช้ปัจจัยด้านโครงข่ายที่ดี ลูกค้าพอใจ ขายง่ายจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 83.33 ใช้ปัจจัยด้านศูนย์บริการที่ดีจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ใช้ปัจจัยการสนับสนุนด้านตลาดจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 และใช้ปัจจัยด้านอื่นๆได้แก่การติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้ง่ายจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ในการเลือกจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใด ได้ใช้ปัจจัยด้านโครงข่ายที่ดี ลูกค้าพอใจ ขายง่ายจำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 78.85 ใช้ปัจจัยด้านศูนย์บริการที่ดีจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85 ใช้ปัจจัยการกระจายสินค้าเร็ว และไม่ขาดตลาดจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 และใช้ปัจจัยด้านอื่นๆจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามวิธีการที่จะนำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่าย

วิธีการที่จะนำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็น Dealer	9	32.14	12	50.00	21	40.38
ติดต่อผ่าน Dealer เป็น Sub Dealer	10	35.71	7	29.17	17	32.69
ร้านค้าอิสระ จัดหาจากหลายแหล่ง	20	71.43	14	58.33	34	65.38
อื่นๆ	2	7.14	0	0	2	3.85

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ได้นำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่าย โดยใช้วิธีเป็นร้านค้าอิสระ จัดหาจากหลายแหล่ง จำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 71.43 ใช้วิธีเป็น Sub Dealer จำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ใช้วิธีเป็น Dealer จำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 และใช้วิธีอื่นๆไม่ระบุจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ได้นำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่าย โดยใช้วิธีเป็นร้านค้าอิสระ จัดหาจากหลายแหล่ง จำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ใช้วิธีเป็น Dealer จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ใช้วิธีเป็น Sub Dealer จำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขาย โทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ได้นำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่าย โดยใช้วิธีเป็นร้านค้าอิสระ จัดหาจากหลายแหล่ง จำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 65.38 ใช้วิธีเป็น Dealer จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ใช้วิธีเป็น Sub Dealer จำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 และใช้วิธีอื่นๆ 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามวิธีการที่จะนำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยนที่เปลี่ยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย

วิธีการที่จะนำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นๆ	12	42.86	14	58.33	26	50.00
หาซื้อจากแหล่งอื่นๆในประเทศ	18	64.29	14	58.33	32	61.54
นำมาจากต่างประเทศแล้วนำมาจำหน่าย	3	10.71	2	8.33	5	9.62
อื่นๆ	3	10.71	0	0	3	5.77

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ได้นำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย โดยวิธีหาซื้อจากแหล่งอื่นๆในประเทศ จำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29 โดยวิธีติดต่อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นๆจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยวิธีนำมาจากต่างประเทศแล้วนำมาจำหน่ายจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 โดยวิธีอื่นๆไม่ระบุ 2 รายและมีผู้มาติดต่อจำหน่าย 1 รายรวมจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ได้นำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย โดยวิธีติดต่อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นๆจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 โดยวิธีหาซื้อจากแหล่งอื่นๆในประเทศ จำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 โดยวิธีนำมาจากต่างประเทศแล้วนำมาจำหน่ายจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ได้นำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย โดยวิธีติดต่อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นๆจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยวิธีหาซื้อจากแหล่งอื่นๆในประเทศ จำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 61.54 โดยวิธีนำมาจากต่างประเทศแล้วนำมาจำหน่ายจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 โดยวิธีอื่นๆจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุด

ประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุด	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปล่า	8	28.57	10	41.67	18	34.62
เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมเลขหมาย	1	3.57	3	12.50	4	7.69
ซิมการ์ดเปล่า	2	7.14	1	4.17	3	5.77
บัตรเติมเงิน Refill ของผู้ให้บริการต่างๆ	0	0.00	3	12.50	3	5.77
Accessory	12	42.86	12	50.00	24	46.15
บริการซ่อม ปรึบเครื่อง	10	35.71	8	33.33	18	34.62

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุดคือ Accessory จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 บริการซ่อม ปรึบเครื่องจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปล่าจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุดคือ Accessory จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปล่าจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ซ่อม ปรึบเครื่องจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุดคือ Accessory จำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปล่าจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 บริการซ่อม ปรึบเครื่องจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อ หรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย

หลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อหรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดูจากยอดขายในอดีต	8	28.57	4	16.67	12	23.08
จากการที่มีลูกค้ามาสอบถามถึง	19	67.86	17	70.83	36	69.23
ตามคู่แข่งอื่น หรือร้านอื่นๆ	2	7.14	2	8.33	4	7.69
คาดการณ์ล่วงหน้า โดยหาข้อมูล จาก สื่อต่างๆ	13	46.43	9	37.50	22	42.31
ชื่อเสียง หรือ Brand ของสินค้า	14	50.00	14	58.33	28	53.85
สินค้านวัตกรรมๆ รูปลักษณ์ และ ประโยชน์ ลูกค้าที่เพิ่มขึ้น	22	78.57	20	83.33	42	80.77
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อหรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย โดยดูจากสินค้านวัตกรรมๆ รูปลักษณ์ และประโยชน์ ลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 จากการที่มีลูกค้ามาสอบถามถึงจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86 ชื่อเสียง หรือ Brand ของสินค้าจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อหรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย โดยดูจากสินค้านวัตกรรมๆ รูปลักษณ์ และประโยชน์ ลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 83.33 จากการที่มีลูกค้ามาสอบถามถึงจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 70.83 ดูจากชื่อเสียง หรือ Brand ของสินค้าจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อหรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย โดยดูจากสินค้านวัตกรรมๆ รูปลักษณ์ และประโยชน์ ลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจำนวน 42 รายคิดเป็นร้อยละ 80.77 จากการที่มีลูกค้ามาสอบถามถึงจำนวน 36 รายคิดเป็นร้อยละ 69.23 ชื่อเสียง หรือ Brand ของสินค้าจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 53.85

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการ

หลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของ สินค้าหรือบริการ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งราคาตามที่ผู้ให้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือผู้จัด จำหน่ายหลักกำหนดมา	9	32.14	14	58.33	23	44.23
คู่แข่งชั้น และเศรษฐกิจ	18	64.29	12	50.00	30	57.69
รูปแบบของสินค้า ประเภท รุ่น เก่าใหม่	14	50.00	7	29.17	21	40.38
ปริมาณการขาย	3	10.71	4	16.67	7	13.46
ปริมาณของสินค้า ความ ต้องการของลูกค้า	10	35.71	5	20.83	15	28.85
อื่นๆ	1	3.57	0	0.00	1	1.92

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ คอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากคู่แข่งชั้นและเศรษฐกิจจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29 พิจารณาจากรูปแบบของสินค้า ประเภท รุ่นเก่าใหม่ จำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 พิจารณาจากปริมาณของสินค้า ความต้องการของลูกค้าจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 และพิจารณาจากหลักเกณฑ์อื่นๆ ได้แก่ คำนึงต้นทุนจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากราคาที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือผู้จัดจำหน่ายหลักกำหนดมาจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 พิจารณาจากคู่แข่งชั้นและเศรษฐกิจจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 พิจารณาจากรูปแบบของสินค้า ประเภท รุ่นเก่าใหม่ จำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการ พิจารณาจาก คู่แข่งชั้น และเศรษฐกิจ จำนวน 30 รายคิดเป็นร้อยละ 57.69 พิจารณาจากราคาที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือผู้จัด

จำหน่ายหลักกำหนดมาจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 44.23 พิจารณาจากรูปแบบของสินค้า
ประเภท รุ่นเก่าใหม่ จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามเหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า 2 แห่งนี้

เหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า 2 แห่งนี้	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สามารถหาทำเลอื่นที่เหมาะสมได้	2	7.14	5	20.83	7	13.46
ลงทุนด้านสถานที่ต่ำกว่า	0	0.00	2	8.33	2	3.85
เป็นศูนย์รวมสินค้าและมีลูกค้ามาเลือกซื้อเป็นจำนวนมาก	19	67.86	15	62.50	34	65.38
รายได้คุ้มกับค่าใช้จ่ายรายเดือน	7	25.00	4	16.67	11	21.15
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพ	6	21.43	14	58.33	20	38.46
ไม่ต้องลงทุนด้านสินทรัพย์ถาวรมากนัก	2	7.14	2	8.33	4	7.69
เดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถพร้อม	15	53.57	18	75.00	33	63.46
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย มีเหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า 2 แห่งนี้ดังนี้ เป็นศูนย์รวมสินค้าและมีลูกค้ามาเลือกซื้อเป็นจำนวนมากจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86 เดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถพร้อมจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 53.57 รายได้คุ้มกับค่าใช้จ่ายรายเดือนจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย มีเหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า 2 แห่งนี้ดังนี้ เดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถพร้อมจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 เป็นศูนย์รวมสินค้าและมีลูกค้ามาเลือกซื้อเป็นจำนวนมากจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย มีเหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า 2 แห่งนี้ดังนี้ เป็นศูนย์รวมสินค้าและมีลูกค้ามาเลือกซื้อเป็นจำนวนมากจำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 65.38 เดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถพร้อมจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 63.46 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามช่องทางจัดจำหน่าย

ช่องทางจัดจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขายหน้าร้าน ขายปลีก	28	100	24	100	52	100
ขายตรง เมื่อพบปะผู้คน ตามสถานที่ต่างๆ	3	10.71	2	8.33	5	9.62
ขายผ่าน web site	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ขายส่ง	14	50.00	11	45.83	25	48.02
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีช่องทางจำหน่าย โดยขายหน้าร้าน ขายปลีก จำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 100 ขายส่งจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ขายตรง เมื่อพบปะผู้คน ตามสถานที่ต่างๆจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีช่องทางจำหน่าย โดยขายหน้าร้าน ขายปลีกจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 100 ขายส่งจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ขายตรง เมื่อพบปะผู้คน ตามสถานที่ต่างๆจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีช่องทางจำหน่าย โดยขายหน้าร้าน ขายปลีกจำนวน 52 รายคิดเป็นร้อยละ 100 ขายส่งจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 48.02 ขายตรง เมื่อพบปะผู้คน ตามสถานที่ต่างๆจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูสแควร์ จั๊นเนกตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด

ด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการโฆษณา	1	3.57	12	42.86	10	35.71	5	17.86	0	0	28	3.32	สำคัญปานกลาง	4
2.ด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น	11	39.29	13	46.43	4	14.29	0	0	0	0	28	4.25	สำคัญมาก	1
3.ด้านการให้พนักงานขาย	9	32.14	12	42.86	4	14.29	3	10.71	0	0	28	3.96	สำคัญมาก	2
4.ด้านการประชาสัมพันธ์	5	17.86	9	32.14	8	28.57	6	21.43	0	0	28	3.46	สำคัญปานกลาง	3

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการหาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูสแควร์จำนวน 28 ราย ในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด ในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ความสำคัญน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจกแคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็น ร้อยละ 32.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ย แล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็น ร้อยละ 17.86 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ย แล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น เป็นลำดับแรก ด้านการใช้พนักงานขายเป็นลำดับที่สอง ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สาม และด้านโฆษณาเป็นลำดับที่สี่ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จำนวนตาม การให้ความสำคัญด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด

ด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการโฆษณา	9	37.50	6	25.00	7	29.17	1	4.17	1	4.17	24	3.88	สำคัญมาก	1
2.ด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น	7	29.17	6	25.00	10	41.67	1	4.17		0	24	3.79	สำคัญมาก	2
3.ด้านการใช้พนักงานขาย	5	20.83	7	29.17	5	20.83	2	8.33	5	20.83	24	3.21	สำคัญปานกลาง	4
4.ด้านการประชาสัมพันธ์	8	33.33	4	16.67	11	45.83	0	0	1	4.17	24	3.75	สำคัญมาก	3

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จำนวน 24 ราย ในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด ในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 37.50 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ความสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด แต่เมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลาง

ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านโฆษณาเป็นลำดับแรก ด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญเป็นต้น เป็นลำดับที่สอง ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สาม และด้านการใช้พนักงานขายเป็นลำดับที่สี่ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจรายหน่วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด จำแนกตามการให้ความสำคัญด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด

ด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด	สำคัญมากที่สุด		สำคัญมาก		สำคัญปานกลาง		สำคัญน้อย		สำคัญน้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.ด้านการโฆษณา	10	19.23	18	34.62	17	32.69	6	11.54	1	1.92	52	3.58	สำคัญมาก	4
2.ด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น	18	34.62	19	36.54	14	26.92	1	1.92	0	0	52	4.04	สำคัญมาก	1
3.ด้านการใช้พนักงานขาย	14	26.92	19	36.54	9	17.31	5	9.62	5	9.62	52	3.62	สำคัญมาก	2
4.ด้านการประชาสัมพันธ์	13	25.00	13	25.00	19	36.54	6	11.54	1	1.92	52	3.60	สำคัญมาก	3

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการารงพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรายหน่วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ในหึ่งสรรพสินค้ำทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด ในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และมีอคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 26.92 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และมีอคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 14 รายคิดเป็น ร้อยละ 26.92 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 13 รายคิดเป็น ร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 36.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น เป็นลำดับแรก ด้านการใช้พนักงานขายเป็นลำดับที่สอง ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สาม และด้านโฆษณาเป็นลำดับที่สี่

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรูปแบบการโฆษณา

รูปแบบการโฆษณา	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ป้ายโฆษณาติดบริเวณหน้าร้าน	18	64.29	17	70.83	35	67.31
ปากต่อปาก ผ่านคนรู้จัก	23	82.14	14	58.33	37	71.15
ผ่านใบปลิว สิ่งพิมพ์ท้องถิ่น	5	17.86	4	16.67	9	17.31
ผ่านสื่อวิทยุ	1	3.57	6	25.00	7	13.46
อื่นๆ	1	3.57	2	8.33	3	5.77

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการโฆษณาโดยโฆษณาปากต่อปาก ผ่านคนรู้จักจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 82.14 ใช้ป้ายโฆษณาติดบริเวณหน้าร้านจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29 โฆษณาผ่านใบปลิว สิ่งพิมพ์ท้องถิ่นจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 โฆษณาแบบอื่นๆไม่ระบุจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาติดบริเวณหน้าร้านจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 70.83 โฆษณาปากต่อปาก ผ่านคนรู้จักจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 โฆษณาผ่านสื่อวิทยุจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 โฆษณาแบบอื่นๆ ได้แก่ โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย มีรูปแบบการโฆษณาโดยโฆษณาปากต่อปาก ผ่านคนรู้จักจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 71.15 ใช้ป้ายโฆษณาติดบริเวณหน้าร้านจำนวน 35 รายคิดเป็นร้อยละ 67.31 โฆษณาผ่านใบปลิว สิ่งพิมพ์ท้องถิ่นจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 โฆษณาแบบอื่นๆจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรูปแบบการส่งเสริมการขาย

รูปแบบการส่งเสริมการขาย	เซ็นทรัลกาสด่วนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลดราคาบางผลิตภัณฑ์ หรือบางช่วงเวลา	13	46.43	13	54.17	26	50.00
ให้บริการหลังการขาย ตรวจสอบ ซ่อม รับคืนเป็นต้น	18	64.29	15	62.50	33	63.46
แถม หรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายๆชิ้น	22	78.57	16	66.67	38	73.08
รับประกันสินค้า	22	78.57	17	70.83	39	75.00
ให้ลูกค้าสามารถใช้เงินผ่อนได้	2	7.14	7	29.17	9	17.31
อื่นๆ	0	0.00	1	4.17	1	1.92

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลกาสด่วนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาสด่วนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการส่งเสริมการขาย โดยแถม หรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายๆชิ้นจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 รับประกันสินค้าจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 ให้บริการหลังการขาย ตรวจสอบ ซ่อม รับคืนเป็นต้นจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการส่งเสริมการขาย โดยรับประกันสินค้าจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 70.83 แถมหรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายๆชิ้นจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 ให้บริการหลังการขาย ตรวจสอบ ซ่อม รับคืนเป็นต้นจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 และส่งเสริมการขายโดยวิธีอื่นๆไม่ระบุจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีรูปแบบการส่งเสริมการขาย โดยรับประกันสินค้าจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 แถมหรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายๆชิ้นจำนวน 38 รายคิดเป็นร้อยละ 73.08 ให้บริการหลังการขาย ตรวจสอบ รับคืนเป็นต้นจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 63.46

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนของเจ้าของ	27	96.43	21	87.50	48	92.31
เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	3	10.71	5	20.83	8	15.38
เงินกู้ระยะสั้นจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	3	10.71	0	0.00	3	5.77
เงินกู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง	2	7.14	4	16.67	6	11.54
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย มีแหล่งที่มาของเงินทุนดังนี้ เงินทุนของเจ้าของจำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 96.43 เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 เงินกู้ระยะสั้นจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการเงินจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 เงินกู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูงจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย มีแหล่งที่มาของเงินทุนดังนี้ เงินทุนของเจ้าของจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 เงินกู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูงจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีรายใดมีแหล่งเงินทุนจากเงินกู้ระยะสั้นจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย มีแหล่งที่มาของเงินทุนดังนี้ เงินทุนของเจ้าของจำนวน 48 รายคิดเป็นร้อยละ 92.31 เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 เงินกู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูงจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 เงินกู้ระยะสั้นจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่สถาบันการเงินจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามจำนวนเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ประกอบการธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมา

จำนวนเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ประกอบการธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมา	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100,000 บาท	1	3.57	2	8.33	3	5.77
100,001 – 200,000 บาท	6	21.43	4	16.67	10	19.23
200,001 – 300,000 บาท	3	10.71	3	12.50	6	11.54
มากกว่า 300,000 บาท	18	64.29	15	62.50	33	63.46
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ในรอบปีที่ผ่านมาได้ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจมากกว่า 300,000 บาทจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 64.29 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 100,001 ถึง 200,000 บาทจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 200,001 ถึง 300,000 บาทจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ในรอบปีที่ผ่านมาได้ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจมากกว่า 300,000 บาทจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 100,001 ถึง 200,000 บาทจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 200,001 ถึง 300,000 บาทจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ในรอบปีที่ผ่านมาได้ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ มากกว่า 300,000 บาทจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 63.46 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 100,001 ถึง 200,000 บาทจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบการธุรกิจ 200,001 ถึง 300,000 บาทจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่ง	22	78.57	21	87.50	43	82.69
ค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้า	25	89.29	23	95.83	48	92.31
ค่าจ้าง	13	46.43	10	41.67	23	44.23
ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆ	12	42.86	15	62.50	27	51.92
ค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขาย	9	32.14	9	37.50	18	34.62
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจคือค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 89.29 ค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่งจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 ค่าจ้างจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจคือค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 95.83 ค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่งจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 62.50

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 48 รายคิดเป็นร้อยละ 92.31 ค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่งจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 82.69 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆจำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 51.92

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามการบันทึกข้อมูลทางบัญชี

การบันทึกข้อมูลทางบัญชี	เซ็นทรัล கடສວນແກ້ວ		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการบันทึก	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้สมุดบันทึก	26	92.86	18	75.00	44	84.62
ใช้คอมพิวเตอร์บันทึก	6	21.43	10	41.67	16	30.77
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัล கடສວນແກ້ວจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล கடສວນແກ້ວจำนวน 28 ราย ในการบันทึกข้อมูลทางบัญชี ส่วนใหญ่ใช้สมุดบันทึกจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 92.86 ใช้คอมพิวเตอร์บันทึกจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ใช้สมุดบันทึกจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 ใช้คอมพิวเตอร์บันทึกจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ใช้สมุดบันทึกจำนวน 44 รายคิดเป็นร้อยละ 84.62 ส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์บันทึกจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามการได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้า ในการนำสินค้ามาจำหน่าย

การได้รับเครดิตจากผู้จำหน่าย สินค้า ในการนำสินค้ามาจำหน่าย	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับ	22	78.57	14	58.33	36	69.23
ได้รับ	6	21.43	10	41.67	16	30.77
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ไม่ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 78.57 ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ไม่ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ไม่ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 36 รายคิดเป็นร้อยละ 69.23 ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้าในการนำสินค้ามาจำหน่ายจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามประเภทของงบการเงินที่ได้จัดทำ

ประเภทของงบการเงินที่ได้จัดทำ	เซ็นทรัลกาตสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งบกำไรขาดทุน	28	100.00	21	87.50	49	94.23
งบดุล	8	28.57	10	41.67	18	34.62
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลกาตสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาตสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่ได้จัดทำงบกำไรขาดทุนจำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 100 จัดทำงบดุลจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่ได้จัดทำงบกำไรขาดทุนจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 จัดทำงบดุลจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่ได้จัดทำงบกำไรขาดทุนจำนวน 49 รายคิดเป็นร้อยละ 94.23 จัดทำงบดุลจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามจำนวนของผู้ประกอบการที่เข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงิน

การเข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงิน	เซ็นทรัล கடສວນແກ້ວ		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าใจ	28	100	24	100	52	100
ไม่เข้าใจ	0	0	0	0.00	0	0
รวม	28	100	24	100	52	100

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล கடສວນແກ້ວทั้งหมดจำนวน 28 ราย เข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงินคิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าทั้งหมดจำนวน 24 ราย เข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงิน คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 รายเข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงินคิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงคลัง

ลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงคลัง	เซ็นทรัลภาคสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รอให้ของหมด แล้วค่อยจัดหา	1	3.57	3	12.50	4	7.69
ทำการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายได้มากมาสำรองก่อนหมด เป็นลำดับแรก	16	57.14	16	66.67	32	61.54
ทำการจัดหาสินค้าทุกประเภทมาสำรองก่อนหมดอย่างเท่าเทียมกัน	6	21.43	5	20.83	11	21.15
ทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆมาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา	16	57.14	21	87.50	37	71.15
รวมระหว่างร้านค้า โดยการเวียนสินค้า	4	14.29	6	25.00	10	19.23
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลภาคสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วจำนวน 28 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงคลังโดยทำการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายได้มากมาสำรองก่อนหมด เป็นลำดับแรกจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆมาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลาจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ทำการจัดหาสินค้าทุกประเภทมาสำรองก่อนหมดอย่างเท่าเทียมกันจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าทั้งหมดจำนวน 24 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงคลังโดยทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆมาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลาจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 87.50 ทำการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายได้มากมาสำรองก่อนหมด เป็นลำดับแรกจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 66.67 รวมระหว่างร้านค้า โดยการเวียนสินค้าจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย ส่วนใหญ่มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงคลัง โดยทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆมาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลาจำนวน 37 รายคิดเป็นร้อยละ 71.15 ทำการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายได้มากมาสำรอง

ก่อนหมด เป็นลำดับแรกจำนวน 32 รายคิดเป็นร้อยละ 61.54 ทำการจัดหาสินค้าทุกประเภทมา
สำรองก่อนหมดอย่างเท่าเทียมกันจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามลักษณะของการจัดการกับสินค้าที่ค้างสต็อกนานๆ

ลักษณะของการจัดการกับสินค้าที่ ค้างสต็อกนานๆ	เซ็นทรัลลาดสวนแก้ว		เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คงไว้ในสต็อกอย่างเดิม	1	3.57	3	12.50	4	7.69
ขายลดราคา	26	92.86	20	83.33	46	88.46
ใช้เป็นของแจกแถม	10	35.71	7	29.17	17	32.69
เปลี่ยนสถานที่จำหน่าย เช่นสาขา ร้านคู่ค้า	2	7.14	5	20.83	7	13.46
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00

(หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ, ผู้ประกอบการในเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า 24 ราย รวม 52 ราย)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงที่ค้างสต็อกนานๆ โดยทำการขายลดราคาจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 92.86 ใช้เป็นของแจกแถมจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ทำการเปลี่ยนสถานที่จำหน่าย เช่นสาขา ร้านคู่ค้าจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าทั้งหมดจำนวน 24 ราย มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงที่ค้างสต็อกนานๆ โดยทำการขายลดราคาจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 83.33 ใช้เป็นของแจกแถมจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ทำการเปลี่ยนสถานที่จำหน่าย เช่นสาขา ร้านคู่ค้าจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งจำนวน 52 ราย มีลักษณะของการจัดการกับสินค้าคงที่ค้างสต็อกนานๆ โดยทำการขายลดราคาจำนวน 46 รายคิดเป็นร้อยละ 88.46 ใช้เป็นของแจกแถมจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ทำการเปลี่ยนสถานที่จำหน่าย เช่นสาขา ร้านคู่ค้าจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46

ส่วนที่ 3 : ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการในการประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพ

สินค้าเช่นทรูโลกสวนแก้ว

ปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	1	3.57	8	28.57	16	57.14	3	10.71	0	0	28	3.25	ระดับปานกลาง	4
2.ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ	4	14.29	10	35.71	8	28.57	5	17.86	1	3.57	28	3.39	ระดับปานกลาง	2
3.ความชำนาญของบุคลากร	6	21.43	10	35.71	5	17.86	6	21.43	1	3.57	28	3.50	ระดับมาก	1
4.การควบคุมดูแล	3	10.71	10	35.71	8	28.57	6	21.43	1	3.57	28	3.29	ระดับปานกลาง	3
5.การจัดระบบการทำงาน	2	7.14	9	32.14	10	35.71	7	25.00	0	0	28	3.21	ระดับปานกลาง	5
6.การกระจายสินค้าของผู้ให้บริการ	2	7.14	9	32.14	7	25.00	10	35.71	0	0	28	3.11	ระดับปานกลาง	7
7.การประสานงานกับผู้ให้บริการ	1	3.57	11	32.29	8	28.57	8	28.57	0	0	28	3.18	ระดับปานกลาง	6

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00ค่าสูงมากที่สุด 3.50-4.49ค่าสูงมาก 2.50-3.49ค่าดีปานกลาง 1.50-2.49 ค่าดีน้อย 1.00-1.49ค่าดีน้อยที่สุด)

จากการพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเช่นทรูโลกสวนแก้วจำนวน 28 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการในด้านการวางแผน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 57.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 และไม่มีรายใดให้ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการวางแผน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 11 รายคิดเป็น ร้อยละ 32.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 และไม่มีรายใดให้ระดับ ปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการ ประสานงานกับผู้ให้บริการให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ จะให้ระดับปัญหาและ อุปสรรคด้านความชำนาญของบุคลากรเป็นลำดับแรก ด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการเป็น ลำดับที่สอง ด้านการควบคุมดูแลเป็นลำดับที่สาม ด้านการวางแผนเป็นลำดับที่สี่ ด้านการจัดระบบ การทำงานเป็นลำดับที่ห้า ในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการเป็นลำดับที่หก และด้านการ กระจายสินค้าของผู้ให้บริการเป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการในการประกอบธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า

ปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	6	25.00	5	20.83	10	41.67	2	8.33	1	4.17	24	3.54	ระดับมาก	1
2.ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ	5	20.83	7	29.17	5	20.83	6	25.00	1	4.17	24	3.38	ระดับปานกลาง	3
3.ความชำนาญของบุคลากร	4	16.67	8	33.33	6	25.00	5	20.83	1	4.17	24	3.38	ระดับปานกลาง	3
4.การควบคุมดูแล	0	0	8	33.33	9	37.50	5	20.83	2	8.33	24	2.96	ระดับปานกลาง	7
5.การจัดระบบการทำงาน	1	4.17	6	25.00	12	50.00	2	8.33	3	12.50	24	3.00	ระดับปานกลาง	6
6.การกระจ่ายสินค้าของผู้ให้บริการ	4	16.67	6	25.00	11	45.83	2	8.33	1	4.17	24	3.42	ระดับปานกลาง	2
7.การประสานงานกับผู้ใช้บริการ	2	8.33	5	20.83	13	54.17	3	12.50	1	4.17	24	3.17	ระดับปานกลาง	5

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการในด้านการวางแผน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 อุปสรรคระดับมากจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการวางแผนให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด

ในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 54.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านการวางแผนเป็นลำดับแรก ด้านการกระจายสินค้าของผู้ให้บริการเป็นลำดับที่สอง ด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการและด้านความชำนาญของบุคลากรเป็นลำดับที่สาม ด้านการจัดระบบการทำงานเป็นลำดับที่ห้า ในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการเป็นลำดับที่หก และด้านการควบคุมดูแลเป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการจัดการในการประกอบธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด

ปัญหาและอุปสรรคในด้าน การจัดการ	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การวางแผน	7	13.46	13	25.00	26	50.00	5	9.62	1	1.92	52	3.38	ระดับปานกลาง	2
2.ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ	9	17.31	17	32.69	13	25.00	11	21.15	2	3.85	52	3.38	ระดับปานกลาง	2
3.ความชำนาญของบุคลากร	10	19.23	18	34.62	11	21.15	11	21.15	2	3.85	52	3.44	ระดับปานกลาง	1
4.การควบคุมดูแล	3	5.77	18	34.62	17	32.69	11	21.15	3	5.77	52	3.13	ระดับปานกลาง	6
5.การจัดระบบการทำงาน	3	5.77	15	28.85	22	42.31	9	17.31	3	5.77	52	3.12	ระดับปานกลาง	7
6.การกระจายสินค้าของผู้ให้บริการ	6	11.54	15	28.85	18	34.62	12	23.08	1	1.92	52	3.25	ระดับปานกลาง	4
7.การประสานงานกับผู้ให้บริการ	3	5.77	16	30.77	21	40.38	11	21.15	1	1.92	52	3.17	ระดับปานกลาง	5

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ ของการจัดการ ในด้านการวางแผน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก จำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการวางแผน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด จำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการจัดการ จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านความชำนาญของบุคลากรเป็นลำดับแรก ด้านการวางแผนและด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการเป็นลำดับที่สอง ด้านการกระจายสินค้าของผู้ให้บริการเป็นลำดับที่สี่ ด้านการประสานงานกับผู้ให้บริการเป็นลำดับที่ห้า ด้านการควบคุมดูแลเป็นลำดับที่หก และด้านการจัดระบบการทำงานเป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการตลาดในการประกอบธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคส่วนแก้ว

ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การแข่งขันทางการตลาด การขาย	19	67.86	7	25.00	2	7.14	0	0	0	0	28	4.61	ระดับมากที่สุด	1
2. การเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด	2	7.14	12	42.86	10	35.71	4	14.29	0	0	28	3.43	ระดับปานกลาง	5
3. ความง่ายในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย	2	7.14	9	32.14	13	46.43	4	14.29	0	0	28	3.32	ระดับปานกลาง	8
4. ต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า	2	7.14	13	46.43	10	35.71	3	10.71	0	0	28	3.50	ระดับมาก	4
5. การตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย	3	10.71	9	32.14	12	42.86	3	10.71	1	3.57	28	3.39	ระดับปานกลาง	6
6. ความเหมาะสมของทำเล	3	10.71	16	57.14	4	14.29	5	17.86	0	0	28	3.36	ระดับปานกลาง	7
7. การหาช่องทางจำหน่ายอื่นๆ	1	3.57	6	21.43	10	35.71	9	32.14	2	7.14	28	2.82	ระดับปานกลาง	12
8. ความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย	6	21.43	10	35.71	10	35.71	1	3.57	1	3.57	28	3.68	ระดับมาก	2
9. การโฆษณา	1	3.57	6	21.43	13	46.43	6	21.43	2	7.14	28	2.93	ระดับปานกลาง	10
10. การประชาสัมพันธ์	1	3.57	7	25.00	11	39.29	7	25.00	2	7.14	28	2.93	ระดับปานกลาง	10
11. พนักงานขาย	3	10.71	13	46.43	8	28.57	4	14.29	0	0	28	3.54	ระดับมาก	3
12. การจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด	1	3.57	9	32.14	12	42.86	5	17.86	1	3.57	28	3.14	ระดับปานกลาง	9
13. อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49 สำคัญมาก 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล กาดสวนแก้วจำนวน 28 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 67.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด

ในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35. ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7. ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32. ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้าให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ให้ระดับปัญหาและ

อุปสรรคระดับน้อยจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านพนักงานขายให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 46.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านพนักงานขายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 32.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายเป็นลำดับแรก ด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลายเป็นลำดับที่สอง ด้านพนักงานขายเป็นลำดับที่สาม ด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้าเป็นลำดับที่สี่ ด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดเป็นลำดับที่ห้า ด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่ายเป็นลำดับที่หก ด้านความเหมาะสมของทำเลเป็นลำดับที่เจ็ด ด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายเป็นลำดับที่แปด ด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่เก้า ด้านการโฆษณาและด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สิบ และด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ เป็นลำดับที่สิบสองตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการตลาดในการประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า

ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การแข่งขันทางการตลาด การขาย	12	50.00	8	33.33	4	16.67	0	0	0	0	24	4.33	ระดับมาก	1
2. การเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด	6	25.00	6	25.00	11	45.83	1	4.17	0	0	24	3.71	ระดับมาก	3
3. ความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์จำหน่าย	2	8.33	5	20.83	14	58.33	1	4.17	2	8.33	24	3.17	ระดับปานกลาง	11
4. ต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า	6	25.00	8	33.33	7	29.17	2	8.33	1	4.17	24	3.67	ระดับมาก	4
5. การตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย	3	12.50	4	16.67	14	58.33	3	12.50	0	0	24	3.29	ระดับปานกลาง	7
6. ความเหมาะสมของทำเล	7	29.17	6	25.00	7	29.17	4	16.67	0	0	24	3.67	ระดับมาก	4
7. การหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ	5	20.83	6	25.00	7	29.17	6	25.00	0	0	24	3.42	ระดับปานกลาง	6
8. ความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย	6	25.00	8	33.33	10	41.67	0	0	0	0	24	3.83	ระดับมาก	2
9. การโฆษณา	5	20.83	2	8.33	12	50.00	4	16.67	1	4.17	24	3.25	ระดับปานกลาง	9
10. การประชาสัมพันธ์	5	20.83	2	8.33	12	50.00	4	16.67	1	4.17	24	3.25	ระดับปานกลาง	9
11. พนักงานขาย	4	16.67	3	12.50	8	33.33	5	20.83	4	16.67	24	2.92	ระดับปานกลาง	12
12. การจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด	5	20.83	3	12.50	11	45.83	4	16.67	1	4.17	24	3.29	ระดับปานกลาง	8
13. อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 ค่าเทอมมากที่สุด 3.50-4.49 ค่ากึ่งปานกลาง 2.50-3.49 ค่ากึ่งน้อย 1.50-2.49 ค่ากึ่งน้อย 1.00-1.49 ค่ากึ่งน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 4 รายคิดเป็น

ร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 58.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการเหมาะสมของทำเล ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเหมาะสมของทำเล ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 29.17 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 67 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการโฆษณา ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการโฆษณา ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านพนักงานขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านพนักงานขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 4.17 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายเป็นลำดับแรก ด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลายเป็นลำดับที่สอง ด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดเป็นลำดับที่สาม ด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้าและด้านความเหมาะสมของทำเลเป็นลำดับที่สี่ ด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆเป็นลำดับที่หก ด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่ายเป็นลำดับที่เจ็ด ด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่แปด ด้านการโฆษณาและด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่เก้า ด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายเป็นลำดับที่สิบเอ็ด และด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่สิบสองตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการตลาดในการประกอบธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด

ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผันค่า	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การแข่งขันทางการตลาด การขาย	31	59.62	15	28.85	6	11.54	0	0	0	0	52	4.48	ระดับมาก	1
2.การเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม กับความต้องการของตลาด	8	15.38	18	34.62	21	40.38	5	9.62	0	0	52	3.56	ระดับมาก	5
3.ความยากง่าย ในการจัดหา ผลิตภัณฑ์จ้บจำหน่าย	4	7.69	14	26.92	27	51.92	5	9.62	2	3.85	52	3.25	ระดับปานกลาง	7
4.ต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มา จำหน่าย ราคาสินค้า	8	15.38	21	40.38	17	32.69	5	9.62	1	1.92	52	3.58	ระดับมาก	4
5.การตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย	6	11.54	13	25.00	26	50.00	6	11.54	1	1.92	52	3.33	ระดับปานกลาง	6
6.ความเหมาะสมของทำเล	10	19.23	22	42.31	11	21.15	9	17.31	0	0	52	3.63	ระดับมาก	3
7.การหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ	6	11.54	12	23.08	17	32.69	15	28.85	2	3.85	52	3.10	ระดับปานกลาง	10
8.ความต้องการของตลาด ที่อาจมี การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือ มีความหลากหลาย	12	23.08	18	34.62	20	38.46	1	1.92	1	1.92	52	3.75	ระดับมาก	2
9.การโฆษณา	6	11.54	8	15.38	25	48.08	10	19.23	3	5.77	52	3.10	ระดับปานกลาง	10
10.การประชาสัมพันธ์	6	11.54	9	17.31	23	44.23	11	21.15	3	5.77	52	3.08	ระดับปานกลาง	12
11.พนักงานขาย	7	13.46	16	30.77	16	30.77	9	17.31	4	7.69	52	3.25	ระดับปานกลาง	7
12.การจัดโปรแกรมส่งเสริม การตลาด	6	11.54	12	23.08	23	44.23	9	17.31	2	3.85	52	3.21	ระดับปานกลาง	9
13.อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมด จำนวน 52 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆของการตลาด ในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 31 รายคิดเป็นร้อยละ 59.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 28.85 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยและระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการแข่งขันทางการตลาด การขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 26.92 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 27 รายคิดเป็นร้อยละ 51.92 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้า ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 13 รายคิดเป็น

ร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านความเหมาะสมของทำเล ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 42.31 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 และไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านความเหมาะสมของทำเล ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 32.69 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 15 รายคิดเป็นร้อยละ 28.85 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมาก

ในด้านการโฆษณา ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 48.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 19.23 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการโฆษณา ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 44.23 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 21.15 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 5.77 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านพนักงานขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านพนักงานขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 44.23 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 9 รายคิดเป็นร้อยละ 17.31 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายเป็นลำดับแรก ด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลายเป็นลำดับที่สอง ด้านความเหมาะสมของทำเลเป็นลำดับที่สาม ด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้าเป็นลำดับที่สี่ ด้านการเลือกชนิดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดเป็นลำดับที่ห้า ด้านการตั้งราคาสินค้าที่จะจำหน่ายเป็นลำดับที่หก ด้านความยากง่าย ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายและด้านพนักงานขาย เป็นลำดับที่เจ็ด ด้านการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่เก้า ด้านการหาช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆและด้านการโฆษณาเป็นลำดับที่สิบ และด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สิบสอง ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงินในการประกอบธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัลภาคสวนแก้ว

ปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงิน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การจัดหาแหล่งเงินทุน	5	17.86	8	28.57	10	35.71	3	10.71	2	7.14	28	3.39	ระดับปานกลาง	3
2.การจัดการเงินทุนหมุนเวียน	2	7.14	10	35.71	10	35.71	4	14.29	2	7.14	28	3.36	ระดับปานกลาง	4
3.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	2	7.14	6	21.43	8	28.57	6	21.43	6	21.43	28	2.71	ระดับปานกลาง	7
4.ยอดขาย	6	21.43	7	25.00	11	39.29	4	14.29	0	0	28	3.54	ระดับปานกลาง	1
5.การควบคุมค่าใช้จ่าย	2	7.14	11	39.29	12	42.86	3	10.71	0	0	28	3.43	ระดับปานกลาง	2
6.การควบคุมสินค้าคงคลัง	4	14.29	7	25.00	12	42.86	4	14.29	1	3.57	28	3.32	ระดับปานกลาง	5
7.การสั่งซื้อสินค้าจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวด	1	3.57	11	39.29	8	28.57	7	25.00	1	3.57	28	3.14	ระดับปานกลาง	6
8.อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00ค่ากลุ่มมากที่สุด 3.50-4.49ค่ากลุ่มมาก 2.50-3.49ค่ากลุ่มปานกลาง 1.50-2.49 ค่ากลุ่มน้อย 1.00-1.49ค่ากลุ่มน้อยที่สุด)

จากตารางพบว่า ผู้ประกอบการร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วจำนวน 28 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคต่างๆในด้านการเงิน ในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 17.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 35.71 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านยอดขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 21.43 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านยอดขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 7.14 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 10.71 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 42.86 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 14.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 39.29 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 28.57 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 3.57 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการเงิน จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านยอดขายเป็นลำดับแรก ด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นลำดับที่สอง ด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนเป็นลำดับที่สาม ด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียนเป็นลำดับที่สี่ ด้านการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่ห้า ด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดเป็นลำดับที่หก และด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงินในการประกอบธุรกิจรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในทางสรรพสินค้า เซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า

ปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงิน	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การจัดหาแหล่งเงินทุน	3	12.50	6	25.00	11	45.83	4	16.67	0	0	24	3.33	ระดับปานกลาง	4
2.การจัดการเงินหมุนเวียน	4	16.67	4	16.67	12	50.00	4	16.67	0	0	24	3.33	ระดับปานกลาง	4
3.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	4	16.67	2	8.33	10	41.67	2	8.33	6	25.00	24	3.00	ระดับปานกลาง	6
4.ยอดขาย	7	29.17	5	20.83	9	37.50	3	12.50	0	0	24	3.67	ระดับมาก	1
5.การควบคุมค่าใช้จ่าย	5	20.83	5	20.83	12	50.00	2	8.33	0	0	24	3.54	ระดับมาก	2
6.การควบคุมสินค้าคงคลัง	3	12.50	5	20.83	14	58.33	2	8.33	0	0	24	3.38	ระดับปานกลาง	3
7.การตั้งซื้อสินค้าจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวด	4	16.67	2	8.33	10	41.67	5	20.83	3	12.50	24	2.96	ระดับปานกลาง	7
8.อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	.	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00สำคัญมากที่สุด 3.50-4.49สำคัญมาก 2.50-3.49สำคัญปานกลาง 1.50-2.49 สำคัญน้อย 1.00-1.49สำคัญน้อยที่สุด)

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการรายขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในทางสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าจำนวน 24 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคต่างๆในด้านการเงิน ในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 12.50 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 45.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีรายได้ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 4 รายการเป็นร้อยละ 16.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 2 รายการเป็นร้อยละ 8.33 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 10 รายการเป็นร้อยละ 41.67 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายการเป็นร้อยละ 20.83 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 3 รายการเป็นร้อยละ 12.50 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการเงิน จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านยอดขายเป็นลำดับแรก ด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นลำดับที่สอง ด้านการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่สาม การจัดหาแหล่งเงินทุนและด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียนเป็นลำดับที่สี่ ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นลำดับที่หก และด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดเป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงินในการประกอบธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด

ปัญหาและอุปสรรคในด้านการเงิน	มากที่สุด		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	ค่าเฉลี่ย	แปรผลสำคัญ	อันดับที่
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1.การจัดหาแหล่งเงินทุน	8	15.38	21	40.38	7	13.46	2	3.85	52	3.37	ระดับปานกลาง	3
2.การจัดการเงินทุนหมุนเวียน	6	11.54	22	42.31	8	15.38	2	3.85	52	3.27	ระดับปานกลาง	5
3.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	6	11.54	18	34.62	8	15.38	12	23.08	52	2.77	ระดับปานกลาง	7
4.ยอดขาย	13	25.00	12	23.08	7	13.46	0	0	52	3.60	ระดับมาก	1
5.การควบคุมค่าใช้จ่าย	7	13.46	16	30.77	5	9.62	0	0	52	3.48	ระดับปานกลาง	2
6.การควบคุมสินค้าคงคลัง	7	13.46	12	23.08	6	11.54	1	1.92	52	3.35	ระดับปานกลาง	4
7.การสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่าย เป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่าย ชำระเป็นงวด	5	9.62	13	25.00	12	23.08	4	7.69	52	3.06	ระดับปานกลาง	6
8.อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-

(หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00ค่าสูงสุดมากที่สุด 3.50-4.49ค่าดีมาก 2.50-3.49ค่าดีปานกลาง 1.50-2.49 ค่ากึ่งน้อย 1.00-1.49ค่ากึ่งน้อยที่สุด)

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าทั้งหมดจำนวน 52 ราย ในด้านปัญหาและอุปสรรคต่างๆในการเงิน ในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 26.92 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 40.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่า ในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุด จำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 14 รายคิดเป็น ร้อยละ 26.92 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 22 รายคิดเป็นร้อยละ 42.3 ให้ ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและ อุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 3.85 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ ว่าในด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ระดับปัญหา และอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 8 รายคิดเป็นร้อยละ 15.38 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อย ที่สุดจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านอัตรา ดอกเบี้ยเงินกู้ ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านยอดขาย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อย ละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับ ปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 38.46 ให้ระดับปัญหาและ อุปสรรคระดับน้อยจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรค ระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านยอดขาย ให้ระดับปัญหาและ อุปสรรคระดับมาก

ในด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 30.77 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 24 รายคิดเป็นร้อยละ 46.15 ให้ระดับปัญหา และอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ไม่มีรายใดให้ระดับปัญหาและอุปสรรค ระดับน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการควบคุมค่าใช้จ่าย ให้ระดับ ปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 13.46 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 26 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 ให้ระดับ ปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรค ระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้ำน การควบคุมสินค้าคงคลัง ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

ในการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวด ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากที่สุดจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 9.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับมากจำนวน 13 รายคิดเป็นร้อยละ 25.00 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลางจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 34.62 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 23.08 ให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับน้อยที่สุดจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 7.69 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดให้ระดับปัญหาและอุปสรรคระดับปานกลาง

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการเงิน จะให้ระดับปัญหาและอุปสรรคด้านยอดขายเป็นลำดับแรก ด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นลำดับที่สอง ด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนเป็นลำดับที่สาม ด้านการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่สี่ ด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียนเป็นลำดับที่ห้า ด้านการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายชำระเป็นเงินสด หรือปัญหาการจ่ายชำระเป็นงวดเป็นลำดับที่หก และด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นลำดับที่เจ็ดตามลำดับ