

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้ระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทในเขตส่งออกจังหวัดลำพูน ของนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประเภทของการดำเนินธุรกิจ , ประเทศที่มีการติดต่อทางธุรกิจ, ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ, ระบบที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และความเร็วในการรับส่งข้อมูลของระบบอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 1-7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต(ตารางที่ 8)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 9-29)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 30-43)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการดำเนินธุรกิจ

ประเภทการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	20	43.38
เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	1	2.17
เครื่องประดับกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูป	3	6.52
เฟอร์นิเจอร์, ของตกแต่ง, กรอบรูป, ภาพวาด	4	8.70
อาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม	4	8.70
ชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเล่น	3	6.52
การขนส่ง	1	2.17
เครื่องหนัง	2	4.35
เซรามิก	2	4.35
เครื่องเขียน	2	4.35
เครื่องใช้ไฟฟ้า	1	2.17
อุปกรณ์กีฬา	1	2.17
เลนส์	2	4.35
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมเป็นการดำเนินธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาเป็น เฟอร์นิเจอร์, ของตกแต่ง, กรอบรูป, ภาพวาด และอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม จำนวน 4 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.70 เครื่องประดับกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูป และชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเล่น จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.52 เซรามิก, เครื่องหนัง, เครื่องเขียนและเลนส์ จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 4.35 และจำนวน 1 รายมีทั้งหมด 4 ธุรกิจคือ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อุปกรณ์กีฬา และการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 2.17

All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศที่มีการติดต่อ

ประเทศที่มีการติดต่อ	จำนวน	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	19	41.30
อังกฤษ	13	28.26
ฝรั่งเศส	15	32.61
ญี่ปุ่น	21	45.65
จีน	28	60.47
ไต้หวัน	6	13.04
ฮ่องกง	7	15.22
ออสเตรเลีย	4	8.70
นิวซีแลนด์	2	4.35
สิงคโปร์	8	17.39
บราซิล	1	2.17
เยอรมัน	8	17.39

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 46 ราย

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมมีการติดต่อไปยังต่างประเทศคือ ประเทศจีน จำนวน 28 ราย ร้อยละ 60.47 รองลงมาเป็นญี่ปุ่น จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.65, สหรัฐอเมริกา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.30 ฝรั่งเศส จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.61, อังกฤษ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.26, สิงคโปร์กับเยอรมัน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39, ฮ่องกง 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.22, ไต้หวัน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.04, ออสเตรเลีย 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.70, นิวซีแลนด์ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35, และบราซิล 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.17

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
5001-10,000 บาท	12	26.10
10,001-20,000 บาท	10	21.70
20,001 -30,000 บาท	12	26.10
30,001 บาทขึ้นไป	12	26.10
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า โดยรวมมีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศเท่ากันอยู่ 3 ช่วงคือ ระหว่าง 5001-10,000 บาท ระหว่าง 20,001 -30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป เป็นจำนวนช่วงละ 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.10 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.70

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระบบอินเทอร์เน็ต

ระบบอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ADSL	14	30.40
Leased Line	31	67.40
G.SHDSL	1	2.20
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยรวมใช้ระบบอินเทอร์เน็ตประเภท Leased Line จำนวน 31 รายคิดเป็นร้อยละ 67.40 รองลงมาคือ ADSL จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.40 และ G.SHDSL จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 2.20

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเร็วในการรับส่งข้อมูลของระบบอินเทอร์เน็ต

ความเร็วในการรับส่งข้อมูลของระบบอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
256-512K	26	56.50
512 -1024K	17	37.00
1024K ขึ้นไป	3	6.50
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า โดยรวมใช้ความเร็วในการรับส่งข้อมูลของระบบอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 256-512K จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.60 รองลงมาคือ คือความเร็วระหว่าง 512-1024K จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.00 และความเร็วตั้งแต่ 1024 ขึ้นไปจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทราบข้อมูลของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

การทราบข้อมูลของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	46	100.00
ไม่ทราบ	0	0
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลของระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทราบข้อมูลระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์	12	9.45
อินเทอร์เน็ต	33	25.98
พนักงานขาย	21	16.54
นิตยสาร	33	25.98
จดหมายตรง	6	4.72
จากผู้ที่ใช้	22	17.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากผู้ตอบ จำนวน 46 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่า โดยรวมทราบแหล่งข้อมูลของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตทางอินเทอร์เน็ตและนิตยสาร จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.98 รองลงมาคือ ทางผู้ที่ใช้จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.33, ทางพนักงานขาย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.54, ทางโทรศัพท์ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.45 และจดหมายตรง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.72

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง	ไม่แน่ใจ
1. ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นการนำเอาเสียงที่อยู่ในรูป สัญญาณดิจิทัลขนาด 64 Kbps มาบีบอัดพร้อมกับการเข้ารหัส ที่มีลักษณะพิเศษใช้ความเร็วในการส่งข้อมูลต่ำ (Low-bit-rate Decoder) เหลือประมาณ 8-10 Kbps แล้วจัดให้อยู่ในรูปแพ็คเกจไอพี (IP Packet) ก่อนส่งผ่านเครือข่าย ไปยังปลายทางที่ต้องการ	38	0	8
2. ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นการนำโทรศัพท์พื้นฐานมาต่อพ่วงกับระบบเน็ตเวิร์คแล้วใช้ซอฟต์แวร์ประมวลผลเพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถส่งสัญญาณเสียงผ่านเครือข่ายไปยังปลายทางที่ต้องการได้ โดยใช้สัญญาณดิจิทัลขนาด 64 Kbps ต่อ 1 คู่สาย โดยไม่มีการบีบอัดข้อมูล เพื่อป้องกันความล่าช้าของสัญญาณเสียง	30	6	10
3. มาตรฐาน H.323 เป็นมาตรฐานที่มีการใช้งานสำหรับเทคโนโลยีของระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	34	12	0
4. มาตรฐาน Session Initiation Protocol เป็นมาตรฐานที่มีการใช้งานสำหรับเทคโนโลยีของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	37	9	0
5. มาตรฐาน 802.11g เป็นมาตรฐานที่มีการใช้งานสำหรับเทคโนโลยีของระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	28	3	15
6. Skype เป็นการบริการที่ใช้เทคโนโลยีของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	46	0	0
7. Y-Tel1234 เป็นการบริการที่ใช้เทคโนโลยีของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	32	11	3
8. MSN เป็นการบริการที่ใช้เทคโนโลยีของระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	29	6	11
9. www.sanook.com สามารถใช้บริการระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้	19	2	25
10. www.tot.co.th สามารถใช้บริการระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้	-	12	34
11. www.yahoo.com สามารถใช้บริการระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้	10	12	24
12. www.net2phone.com สามารถใช้บริการระบบ โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้	40	0	6
13. ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถใช้ร่วมตู้สาขา PBX ได้	35	6	5
14. ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตจะต้องใช้งานร่วมกับคอมพิวเตอร์เท่านั้น	10	33	3
15. ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตจะต้องใช้งานผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการเท่านั้น	21	17	8
ร้อยละ	59.28	18.70	22.02

จากตารางที่ 8 พบว่าโดยรวมมีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 59.28 มีความรู้และความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 18.70 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 22.02

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ
โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก
ตามปัจจัยด้านสินค้า

ปัจจัยด้านสินค้า	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.คุณภาพของสัญญาณเสียง	46 100	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	5.00 มากที่สุด	1
2. มีสินค้าที่สามารถใช้งานในระบบไร้สายได้	12 26.09	34 73.91	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.27 มาก	6
3. ใช้งานได้หลากหลายระบบ ไม่เฉพาะเจาะจงกับ Software ตัวใดตัวหนึ่ง	27 58.70	10 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.40 มาก	5
4. มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า	27 58.70	19 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	4
5. ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง	40 86.96	6 13.04	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.87 มากที่สุด	2
6. เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก	27 58.70	19 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	4
7. มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทนจนกว่าจะได้รับการซ่อมแซมเสร็จสิ้น	36 78.26	10 21.74	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.80 มากที่สุด	3
8. สามารถรับบริการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย	28 60.87	18 39.13	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	4
9. ยี่ห้อสินค้า	0 0.00	34 73.91	12 26.09	0 0.00	0 0.00	3.73 มาก	7
10. ขนาดของสินค้า	0 0.00	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	3.67 มาก	8
ค่าเฉลี่ย						4.45 มาก	

จากตารางที่ 9 พบว่า ในปัจจัยด้านสินค้า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (4.45) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ดังนี้ ใช้งานได้หลากหลายระบบไม่เฉพาะเจาะจงกับ Software ตัวใด ตัวหนึ่ง (4.40), มีสินค้าที่สามารถใช้งานในระบบไร้สายได้ (4.27), ยี่ห้อสินค้า (3.73) และขนาดของสินค้า (3.67) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดมีดังนี้ คุณภาพของสัญญาณเสียง (5.00), การติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (4.87), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทนจนกว่าจะได้รับการซ่อมแซมเสร็จสิ้น (4.80), มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า (4.60), เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก (4.60), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (4.60)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a crown-like ornament on its head. Above the elephant is a traditional Thai oil lamp (diya). The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English and Thai script. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
1. อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต	34 73.91	12 26.09	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.73 มากที่สุด	2
2. ราคาเครื่องรับส่ง (โทรศัพท์)	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	3
3. ราคาอุปกรณ์	36 78.26	10 21.74	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.80 มากที่สุด	1
4. ราคาอะไหล่	24 52.17	22 47.83	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.53 มากที่สุด	4
5. ราคาค่าซ่อม	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	3
6. มีเครดิตในการชำระเงิน	18 39.13	25 54.35	3 6.52	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	5
ค่าเฉลี่ย						4.62 มากที่สุด	

จากตารางที่ 10 พบว่า ในปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด (4.62) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนี้ ราคาอุปกรณ์ (4.80), อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.73), ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) และราคาค่าซ่อม (4.67) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีเครดิตในการชำระเงิน (4.33)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลต่อของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. อุปกรณ์มีขายทั่วไป และสามารถหาซื้อได้ ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน	25 54.35	21 45.65	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.53 มากที่สุด	2
2. สามารถสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ตได้	6 13.04	28 60.87	12 26.09	0 0.00	0 0.00	3.87 มาก	4
3. มีตัวแทนจำหน่าย ทั่วไป	12 26.09	34 73.91	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.27 มาก	3
4. การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย	33 71.74	13 28.26	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.73 มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ย						4.35 มาก	

จากตารางที่ 11 พบว่า ในปัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผล
อยู่ในระดับมาก (4.35) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ดังนี้ การมีตัวแทนจำหน่ายทั่วไป
(4.27), สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ (3.87) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด มี
ดังนี้ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (4.73) และอุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหา
ซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (4.53)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ยแปรผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
1. การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น	22 47.82	12 26.09	12 26.09	0 0.00	0 0.00	4.20 มาก	3
2. การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น	22 47.82	18 39.14	6 13.04	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	2
3. การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน	46 100.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	5.00 มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ย						4.51 มากที่สุด	

จากตารางที่ 12 พบว่า ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด (4.51) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนี้ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีดังนี้ การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (4.33) และการโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (4.20)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส	36 78.26	10 21.74	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.80 มากที่สุด	1
2. มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม.	21 58.70	19 41.30	6 13.04	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	4
3. ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก	27 58.70	19 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	3
4. มีความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหาหรือซ่อมแซมมีระบบการติดต่อที่ง่ายและชัดเจน	27 58.70	19 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	3
5. มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา	27 58.70	19 41.30	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	3
6. มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ย						4.60 มากที่สุด	

จากตารางที่ 13 พบว่า ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด (4.60) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนี้ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (4.80), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (4.67), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (4.60), มีความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหาหรือซ่อมแซมมีระบบการติดต่อที่ง่ายและชัดเจน (4.60), ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (4.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือมีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (4.33)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	28 60.87	18 39.13	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	2
3. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	30 65.22	16 34.78	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	1
4. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	24 52.17	12 26.09	10 21.74	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	3
ค่าเฉลี่ย						4.57 มากที่สุด	

จากตารางที่ 14 พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด (4.57) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ดังนี้ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (4.67), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.67) และเจ้าหน้าที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (4.60) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (4.33)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1.ชื่อเสียงของบริษัทที่ ให้บริการอินเทอร์เน็ตและ จำหน่ายโทรศัพท์	18 39.13	22 47.83	4 8.70	2 4.35	0 0.00	4.20 มาก	2
2.สินค้ามีความทันสมัย	21 45.65	19 41.30	3 6.52	3 6.52	0 0.00	4.27 มาก	1
ค่าเฉลี่ย						4.23 มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่า ในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก (4.57) โดยมีปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดนี้ สินค้ามีความทันสมัย (4.27) และชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.20)

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบริษัทผู้ให้บริการด้านโทรคมนาคมประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านสินค้า	ประเภทธุรกิจ												
	ชิ้นส่วน ฮาร์ดแวร์ เน็ตส์	เสื้อผ้า เครื่องแต่ง กาย	เครื่อง ประดับ	เฟอร์นิเจอร์ ของ ตกแต่ง	อาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์ พลาสติก	การขนส่ง	เครื่องหนัง	เซรามิค	เครื่อง เขียน	เครื่องใช้ ไฟฟ้า	อุปกรณ์ กีฬา	เดนมัส
1.คุณภาพของ สัญญาเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
2.มีสินค้าที่สามารถใช้ งานในระบบไร้สายได้	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.25 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด
3.ใช้งานได้หลากหลาย ระบบ โดยเฉพาะของ กับ Software ทั่วไป ทั่วไป	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.80 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด
4.มีระยะเวลาของการ รับประกันสินค้า	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.65 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.76 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.25 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
5.ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.90 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
6.เครื่องรับและส่ง สามารถพกพาไปมาได้ สะดวก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.65 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.33 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสินค้าจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

ปัจจัยด้านสินค้า	ประเภทธุรกิจ													เฉลี่ย
	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	เครื่องประดับ	เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง	อาหารผลไม้ และเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	การขนส่ง	เครื่องหนัง	เครื่องสำอาง	เครื่องเขียน	เครื่องใช้ไฟฟ้า	อุปกรณ์กีฬา	เดรส	
7. มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้แทน	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.95 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.33 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	
8. สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.60 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	
9. ใช้อินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.75 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.67 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.75 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.50 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.50 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	
10. ขนาดของสินค้า	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.56 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.10 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.37 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.43 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.25 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.47 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.70 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.45 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.40 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.25 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.40 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	

จากตารางที่ 16 พบว่า ในปัจจัยด้านสินค้าธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องประดับ, ประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, อาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, เครื่องหนัง, เครื่องเขียน, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อุปกรณ์กีฬา และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, การขนส่ง, เซรามิก มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00), มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00), ใช้งานได้หลากหลายระบบไม่เฉพาะเจาะจงกับ Software ตัวใด ตัวหนึ่ง (5.00), มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของสัญญาความเสี่ยง (5.00), ใช้งานได้หลากหลายระบบไม่เฉพาะเจาะจงกับ Software ตัวใด ตัวหนึ่ง (5.00), มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก (5.00), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของ
 สัญญาณเสียง (5.00) , มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า (5.00), ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถ
 ติดตั้งได้เอง (5.00), เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก (5.00), มีบริการหลังขายถ้า
 สินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณ
 ได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของ
 สัญญาณเสียง (5.00) , มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้
 แทน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของ
 สัญญาณเสียง (5.00) , ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามี
 ปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ใน
 กรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของ
 สัญญาณเสียง (5.00) , ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), เครื่องรับและส่งสามารถ
 พกพาไปมาได้สะดวก (5.00), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมี
 ให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

สำหรับธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพของ
 สัญญาณเสียง (5.00)

จากตารางที่ 17 พบว่า ในปัจจัยด้านราคา ธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เครื่องประดับ, ประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, อาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เครื่องหนัง, เซรามิก, เครื่องเขียน, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อุปกรณ์กีฬา และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือราคาอุปกรณ์ (5.00)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ได้ให้ระดับของความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาของอุปกรณ์ (5.00)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต(5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00), มีเครดิตในการชำระเงิน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ได้ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือราคาเครื่องรับส่ง (โทรศัพท์) (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต(5.00), ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00), ราคาอะไหล่ (5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาอุปกรณ์ (5.00), ราคาอะไหล่ (5.00), ราคาซ่อม (5.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคืออัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้อินเทอร์เน็ต(5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 18 พบว่า ในปัจจัยด้านสถานที่ ธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย,เครื่องประดับ, ประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, , ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เซรามิก, เครื่องเขียน, เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม,เครื่องหนัง, เครื่องเขียน และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (4.65), การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (4.65)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (4.75)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (5.00), การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (4.50)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน (5.00), การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดต่อผู้
จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย (5.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือสามารถสั่งซื้อทาง
อินเทอร์เน็ตได้ (5.00), มีตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (5.00), การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย
(5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านบริการตลาดจำหน่ายแถมตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ												
	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	เครื่องประดับ	เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง	อาหารผลไม้และเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	การขนส่ง	เครื่องหนัง	เซรามิก	เครื่องเขียน	เครื่องใช้ไฟฟ้า	อุปกรณ์กีฬา	เลนส์
1. การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.75 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.25 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
2. การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.95 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
3. การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.23 มาก	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	4.33 มาก	5.00 มากที่สุด	3.67 มาก	4.33 มาก	5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องประดับ, เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, อาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, เครื่องหนัง, เครื่องเขียน, และกีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, การขนส่ง, เซรามิก, เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์กีฬา กีฬามีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00), การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00), การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

จากตารางที่ 20 พบว่า ในกระบวนการให้บริการ ธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, อาหาร ผลไม้ และเครื่องคั่ว, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เครื่องหนัง, เครื่องเขียน, เครื่องใช้ไฟฟ้า และเลนส์ กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจประเภทเสื้อผ้า, แต่งกาย, เครื่องประดับ, เซรามิก และอุปกรณ์กีฬา กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (4.00), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (4.00), ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (4.00), ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (4.00), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (4.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (4.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (5.00), ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (4.75), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (4.75), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (4.75)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั่ว ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (4.75)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (4.67), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (4.67), ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (5.00), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (5.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (5.00), ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (5.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูล
ที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกัน
ข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (4.50), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม. (4.50),
ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (4.50), ความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (4.50),
มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (4.50), มีเอกสาร
สรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (4.50)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกัน
ข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (5.00), ความ
รวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (5.00), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิด
เหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (5.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวด
และสามารถตรวจสอบได้ (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกัน
ข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00)

สำหรับธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ขั้นตอนการ
ซื้อ/บริการง่ายและสะดวก(5.00)และความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา(5.00)

จากตารางที่ 21 พบว่า ในปัจจัยด้านบุคคลากร ธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ,เครื่องประดับ, เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เครื่องหนัง, เซรามิก, เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจประเภทเสื้อผ้า, แต่งกาย อาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม, เครื่องเขียน และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (4.90)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (4.75)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (4.67), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (5.00), เจ้าหน้าที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00), เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (5.00), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (5.00), เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (4.50), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.50)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (4.00), เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (4.00), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.00), เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (4.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00), เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำนวนตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ประเภทธุรกิจ												
	เงินส่วน อัตรากำไรสุทธิ	เสื่อค่า เครื่อง แต่งกาย	เครื่อง ประดับ	เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่ง	อาหาร ผลไม้ และ เครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์ พลาสติก	การ ขนส่ง	เครื่อง หนัง	เซรามิก	เครื่องเขียน	เครื่องใช้ ไฟฟ้า	อุปกรณ์ กีฬา	เดรส
1.ชื่อเสียงของบริษัทที่ จำหน่ายโทรศัพท์	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.90 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
2.สินค้ามีความทันสมัย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.15 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.67 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.33 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 3.00 น้อย	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย แปลผล 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย แปลผล 5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.03 มาก	4.00 มาก	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	4.75 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	3.00 น้อย	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ในปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ธุรกิจประเภท เครื่องประดับ, อาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เซรามิก, เครื่องเขียน, เครื่องใช้ไฟฟ้า และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เสื้อผ้า, แต่งกาย, เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, เครื่องหนัง และอุปกรณ์กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก และธุรกิจประเภท การขนส่ง มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับน้อย

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือสินค้านี้มีความทันสมัย (4.15)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.00), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.67), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.67)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.00), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องคั้ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.75), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.75)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (3.00), สินค้านี้มีความทันสมัย (3.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.00), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.50), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.50)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือสินค้านี้มีความทันสมัย (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.00), สินค้านี้มีความทันสมัย (4.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่
จำหน่ายโทรศัพท์ (5.00), สินค้ามีความทันสมัย (5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสินค้า
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านสินค้า	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. คุณภาพของสัญญาณเสียง	4.08 มาก	4.80 มากที่สุด	4.82 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด
2. มีสินค้าที่สามารถใช้งานในระบบไร้สายได้	4.42 มาก	4.10 มาก	4.09 มาก	4.42 มาก
3. ใช้งาน ได้หลากหลายระบบไม่เฉพาะเจาะจงกับ Software ตัวใด ตัวหนึ่ง	4.83 มาก	3.40 น้อย	4.36 มาก	4.83 มากที่สุด
4. มีระยะเวลาของการรับประกันสินค้า	4.75 มากที่สุด	4.40 มาก	4.55 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
5. คิดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง	4.75 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด
6. เครื่องรับและส่งสามารถพกพาไปมาได้สะดวก	4.92 มากที่สุด	4.20 มาก	4.82 มากที่สุด	4.42 มาก
7. มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน	4.67 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
8. สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
9. ยี่ห้อสินค้า	3.58 มาก	3.90 มาก	3.82 มาก	3.67 มาก
10. ขนาดของสินค้า	3.50 มาก	3.10 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก
ค่าเฉลี่ย	4.45 มาก	4.24 มาก	4.55 มากที่สุด	4.55 มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ในปัจจัยด้านสินค้า ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาท, 10,001-20,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศระหว่าง 20,001-30,000 บาทมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ติดตั้งใช้งานง่าย สามารถติดตั้งได้เอง (5.00), มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ที่ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีบริการหลังขายถ้าสินค้ามีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้ทันที หรือมีให้ใช้แทน (5.00), สามารถรับการกระจายสัญญาณได้ดี ในกรณีใช้อุปกรณ์แบบไร้สาย (5.00)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านราคา	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่าน อินเทอร์เน็ต	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.36 มาก	4.58 มากที่สุด
2. ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์)	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.91 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
3. ราคาอุปกรณ์	4.75 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.91 มากที่สุด	4.83 มากที่สุด
4. ราคาอะไหล่	4.50 มากที่สุด	4.40 มาก	4.55 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
5. ราคาค่าซ่อม	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.82 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
6. มีเครดิตในการชำระเงิน	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.09 มาก	4.08 มาก
ค่าเฉลี่ย	4.88 มากที่สุด	4.40 มาก	4.61 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ในปัจจัยด้านราคา ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไป
ต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของ
ระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ
ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคา
เครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00), มีเครดิตในการชำระเงิน (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (4.91), ราคาอุปกรณ์ (4.91)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์ (4.83)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. อุปกรณ์มีขายทั่วไปและสามารถหาซื้อได้ง่ายในบริเวณเชียงใหม่ และลำพูน	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.36 มาก	4.58 มากที่สุด
2. สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้	3.50 มากที่สุด	4.10 มาก	4.00 มาก	3.92 มากที่สุด
3. มีตัวแทนจำหน่ายทั่วไป	4.50 มากที่สุด	4.10 มาก	4.18 มาก	4.25 มากที่สุด
4. การติดต่อผู้จำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.36 มาก	4.58 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก	4.23 มาก	4.33 มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ในปัจจัยด้านสถานที่ ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาทมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (5.00), ราคาค่าซ่อม (5.00), มีเครดิตในการชำระเงิน (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อัตราค่าโทรศัพท์เมื่อใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาเครื่องรับส่ง(โทรศัพท์) (4.91), ราคาอุปกรณ์ (4.91)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์ (4.83)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. การโฆษณาทำให้มีความ เชื่อมั่นและต้องการใช้บริการ มากขึ้น	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก	3.92 มาก
2.การมีพนักงานขายมาให้ คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้ การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น	4.50 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.00 มาก	3.92 มาก
3.การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.50 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.33 มาก	4.28 มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาท, 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 20,001-30,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การโฆษณาทำให้มีความเชื่อมั่นและต้องการใช้บริการมากขึ้น (5.00),การมีพนักงานขายมาให้คำแนะนำหรือเสนอขายทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น (5.00),การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การติดตั้งให้ทดลองใช้ก่อน (5.00)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการให้บริการ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
2. มีการให้บริการปรึกษา ตลอดเวลา 24 ชม.	4.00 มาก	4.10 มาก	4.55 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด
3. ขั้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและ สะดวก	4.25 มาก	4.70 มาก	4.45 มาก	5.00 มากที่สุด
4. มีความรวดเร็วในการให้บริการ แก้ไขปัญหา	5.00 มากที่สุด	4.40 มาก	4.36 มาก	4.58 มากที่สุด
5. มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็ค ระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง ได้ตลอดเวลา	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.36 มาก	4.83 มากที่สุด
6. มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการ ใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและ สามารถตรวจสอบได้	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.45 มาก	5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.71 มากที่สุด	4.25 มาก	4.53 มากที่สุด	4.85 มากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), มีความรวดเร็วในการให้บริการแก้ไขปัญหา (5.00), มีเจ้าหน้าที่สามารถตรวจเช็คระบบสัญญาณเมื่อเกิดเหตุขัดข้องได้ตลอดเวลา (5.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ขึ้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (4.70)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีการป้องกันข้อมูลที่ส่งออกไป โดยการเข้ารหัส (5.00), มีการให้บริการปรึกษาตลอดเวลา 24 ชม.(5.00), ขึ้นตอนการซื้อ/บริการง่ายและสะดวก (5.00), มีเอกสารสรุปแสดงถึงข้อมูลการใช้งานทุกอย่างในแต่ละงวดและสามารถตรวจสอบได้ (5.00)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี	5.00 มากที่สุด	4.10 มาก	4.45 มาก	5.00 มากที่สุด
2.เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.18 มาก	4.25 มาก
3. เจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.75 มากที่สุด	4.40 มาก	4.64 มากที่สุด	4.83 มากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	5.00 มากที่สุด	3.20 น้อย	4.27 มาก	4.67 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.94 มากที่สุด	4.18 มาก	4.39 มาก	4.69 มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากร ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 5,001-10,000 บาท, 30,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศระหว่าง 10,000-20,000 บาท, , 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (5.00), เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00),เจ้าหน้าที่ที่มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.64)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี (5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านการสร้างและการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.ชื่อเสียงของบริษัทที่ จำหน่ายโทรศัพท์	3.75 มาก	4.40 มาก	4.45 มาก	4.25 มาก
2.สินค้ามีความทันสมัย	3.75 มาก	4.40 มาก	4.36 มาก	4.58 มาก
ค่าเฉลี่ย	3.75 มาก	4.40 มาก	4.41 มาก	4.42 มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ในปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (3.75), สินค้ามีความทันสมัย (3.75)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.40), สินค้ามีความทันสมัย (4.40)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ชื่อเสียงของบริษัทที่จำหน่ายโทรศัพท์ (4.45)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ สินค้ามีความทันสมัย (4.58)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม, ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. ระดับความต้องการ ซื้อของลูกค้า	15 32.61	31 67.39	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	3
2. ภาวะเศรษฐกิจใน ปัจจุบัน	22 47.83	24 52.17	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.47 มาก	2
3. อัตราดอกเบี้ยในการ ดำเนินธุรกิจ	9 19.57	18 39.13	19 41.30	0 0.00	0 0.00	3.80 มาก	5
4. การเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี	28 60.87	18 39.13	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.60 มากที่สุด	1
5. การพัฒนาทางด้าน การเมืองและกฎหมาย	12 26.09	9 19.57	25 54.35	0 0.00	0 0.00	3.73 มาก	6
6. การพัฒนาทางด้าน การแข่งขัน	18 39.13	22 47.83	6 13.04	0 0.00	0 0.00	4.27 มาก	4
ค่าเฉลี่ย						4.20 มาก	

จากตารางที่ 30 พบว่า ในปัจจัยสิ่งแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก (4.20) โดยมีปัจจัยย่อย ดังนี้ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (4.47), ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า (4.33), การพัฒนาทางด้านการแข่งขัน (4.27), อัตราดอกเบี้ยในการดำเนินธุรกิจ (3.80) และการพัฒนาทางด้านการเมืองและกฎหมาย (3.73) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (4.60)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. วัตถุประสงค์อย่างชัดเจน ขององค์กรในด้านประหยัด ค่าใช้จ่าย	40 86.96	6 13.04	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.87 มากที่สุด	1
2. มิน โยบายสนับสนุน ทางด้านเทคโนโลยี	18 39.13	25 54.35	3 6.52	0 0.00	0 0.00	4.33 มาก	4
3. มีกระบวนการที่รองรับ การใช้งานได้ทันที	34 73.91	12 26.09	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.74 มากที่สุด	2
4. โครงสร้างขององค์กรมี ขนาดใหญ่และมีหลาย สาขา	31 67.39	15 32.61	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	3
5. ระบบการดำเนินงานมี ความจำเป็นในการสื่อสาร	34 73.91	12 26.09	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.74 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ย						4.67 มากที่สุด	

จากตารางที่ 31 พบว่า ในปัจจัยภายในองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด (4.67) โดยมีปัจจัยย่อย ดังนี้ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (4.87), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (4.74), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (4.74) และโครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (4.67) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มิน โยบายสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี (4.33)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับความมีผล					ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
1. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจมีความสนใจใน เรื่องโทรศัพท์ผ่าน อินเทอร์เน็ต	24 52.17	22 47.83	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.53 มากที่สุด	2
2.อำนาจของผู้บริหารมี ผลต่อการตัดสินใจที่จะ เลือกใช้	31 67.39	15 32.61	0 0.00	0 0.00	0 0.00	4.67 มากที่สุด	1
3. มีการชักชวนจากผู้ที่มี ประสบการณ์	3 6.52	33 71.74	10 21.74	0 0.00	0 0.00	3.87 มาก	4
4. ดำเนินการตามบริษัท อื่น	6 13.04	18 39.13	22 47.83	0 0.00	0 0.00	3.67 มาก	5
5. สถานะของบริษัทที่ เป็นบริษัทระดับชาติ	12 26.09	18 39.13	16 34.78	0 0.00	0 0.00	3.93 มาก	3
ค่าเฉลี่ย						4.13 มาก	

พบว่า ในปัจจัยระหว่างบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก (4.13) โดยมีปัจจัยย่อย ดังนี้ สถานะของบริษัทที่เป็นบริษัทระดับชาติ (3.93), มีการชักชวนจากผู้ที่มีประสบการณ์ (3.87) และ ดำเนินการตามบริษัทอื่น (3.67) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด มีดังนี้ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.67) และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.53)

All rights reserved

จากตารางที่ 33 พบว่า ในปัจจัยสิ่งแวดล้อม ธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์, เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องประดับ, เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง, อาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม, ผลิตภัณฑ์พลาสติก, การขนส่ง, เครื่องหนัง, เซรามิก, เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์กีฬา มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนธุรกิจประเภทเครื่องเขียน และเลนส์ มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (4.60)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (5.00), อัตราดอกเบี้ยในการดำเนินธุรกิจ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (5.00), อัตราดอกเบี้ยในการดำเนินธุรกิจ (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (4.75)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า (4.00), ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (4.00), การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (4.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (5.00), การพัฒนาทางด้านการแข่งขัน (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ระดับความ
 ต้องการซื้อของลูกค้า (4.00), ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (4.00), อัตราดอกเบี้ยในการดำเนินธุรกิจ
 (4.00), การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (4.00), การพัฒนาทางด้านการเมืองและกฎหมาย (4.00),
 การพัฒนาทางด้านการแข่งขัน (4.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจใน
 ปัจจุบัน (5.00), การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านองค์กร	ประเภทธุรกิจ												
	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	เสื้อผ้าแต่งกาย	เครื่องประดับ	เฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง	อาหารผลไม้และเครื่องดื่ม	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	การขนส่ง	เครื่องหนัง	เซรามิก	เครื่องเขียน	เครื่องใช้ไฟฟ้า	อุปกรณ์กีฬา	เลนส์
1. วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประสิทธิภาพ	ค่าเฉลี่ย 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.75 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด
2. มีนโยบายสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย 4.40 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.33 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด
3. มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที	ค่าเฉลี่ย 4.65 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.60 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด
4. โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา	ค่าเฉลี่ย 4.55 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด
5. ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร	ค่าเฉลี่ย 4.55 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.00 มาก	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย 4.58 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.80 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.87 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.55 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.70 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.73 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.40 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.70 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.80 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.70 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 5.00 มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.90 มากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ในปัจจัยภายในองค์กร ธุรกิจทุกประเภท มีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ที่ระดับมากที่สุด

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (4.75)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีนโยบายสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีนโยบายสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

จากตารางที่ 35 พบว่า ในปีวิจัยระหว่างบุคคลากร ธุรกิจทุกประเภทมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ที่ระดับมาก

สำหรับธุรกิจประเภทชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.70)

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องประดับ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00)

ธุรกิจประเภทเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00)

ธุรกิจประเภทอาหาร ผลไม้ และเครื่องดื่ม ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.50), อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.50)

ธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.67)

ธุรกิจประเภทการขนส่ง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.67)

ธุรกิจประเภทเครื่องหนัง ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00), อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00), สถานะของบริษัทที่เป็นบริษัทระดับชาติ (5.00)

ธุรกิจประเภทเซรามิก ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.00), อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.00), มีการชักชวนจากผู้ที่มีประสบการณ์ (4.00), ดำเนินการตามบริษัทอื่น (4.00), สถานะของบริษัทที่เป็นบริษัทระดับชาติ (4.00)

ธุรกิจประเภทเครื่องเขียน ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.50), อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.50)

ธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ธุรกิจประเภทอุปกรณ์กีฬา ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.00),อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.00) , มีการชักชวนจากผู้ที่มิประสบการณ (4.00),ดำเนินการตามบริษัทอื่น (4.00),สถานะของบริษัทที่เป็นบริษัทระดับชาติ (4.00)

ธุรกิจประเภทเลนส์ ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัย
สิ่งแวดล้อม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. ระดับความต้องการซื้อของ ลูกค้า	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.36 มาก	4.42 มาก
2. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.50 มากที่สุด	4.90 มากที่สุด	4.09 มาก	4.42 มาก
3. อัตราดอกเบี้ยในการดำเนิน ธุรกิจ	3.75 มาก	3.70 มาก	3.91 มาก	3.83 มาก
4. การเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี	4.25 มาก	5.00 มากที่สุด	4.45 มาก	4.75 มาก
5. การพัฒนาทางการเมือง และกฎหมาย	4.00 มาก	3.00 มาก	3.82 มาก	4.00 มาก
6. การพัฒนาทางการ แข่งขัน	4.00 มาก	4.10 มาก	4.27 มาก	4.67 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.17 มาก	4.12 มาก	4.15 มาก	4.35 มาก

จากตารางที่ 36 พบว่า ในปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์
ไปต่างประเทศ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า (4.50), ภาวะเศรษฐกิจใน
ปัจจุบัน (4.50)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี(4.45)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้
ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ การพัฒนาทางการแข่งขัน (4.67)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยภายในองค์กร	ค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,000 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.91 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
2. มีนโยบายสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี	4.75 มากที่สุด	4.00 มาก	4.75 มากที่สุด	4.08 มาก
3. มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที	4.75 มากที่สุด	4.90 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
4. โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา	4.25 มาก	5.00 มากที่สุด	4.91 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
5. ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร	4.50 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.91 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.65 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ในปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (5.00), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (5.00), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (4.91), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (4.91), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (4.91)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ วัตถุประสงค์อย่างชัดเจนขององค์กรในด้านประหยัดค่าใช้จ่าย (4.58), มีกระบวนการที่รองรับการใช้งานได้ทันที (4.58), โครงสร้างขององค์กรมีขนาดใหญ่และมีหลายสาขา (4.58), ระบบการดำเนินงานมีความจำเป็นในการสื่อสาร (4.58)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang). The emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ

ปัจจัยด้านบุคคลากร	ค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ			
	5,001- 10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,000 ขึ้น ไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.50 มากที่สุด	4.10 มาก	4.45 มาก	5.00 มากที่สุด
2. อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้	4.75 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.27 มาก	4.67 มากที่สุด
3. มีการชักชวนจากผู้ที่มีประสบการณ์	4.25 มาก	3.40 น้อย	4.00 มาก	3.75 มาก
4. ดำเนินการตามบริษัทอื่น	4.00 มาก	3.30 น้อย	3.73 มาก	3.58 มาก
5. สถานะของบริษัทที่เป็นบริษัทระดับชาติ	4.00 มาก	3.20 น้อย	4.18 มาก	4.25 มาก
ค่าเฉลี่ย	4.30 มาก	3.80 มาก	4.13 มาก	4.25 มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ในปัจจัยระหว่างบุคคลากร จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความมีผลอยู่ในระดับมาก

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (4.75)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ อำนาจของผู้บริหารมีผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ (5.00)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (4.45)

ธุรกิจที่มีค่าใช้จ่ายในการ โทรศัพท์ไปต่างประเทศ ระหว่าง 30,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับความมีผลสูงสุดอันดับแรกคือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสนใจในเรื่องโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต (5.00)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน

การใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	2	4.35
ไม่ใช้	44	95.65
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า โดยรวมยังไม่ได้ใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.5 และมีผู้ใช้อยู่ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัญหาที่พบในการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
สัญญาณเสียงไม่ดี	2	4.35
ค่าใช้จ่ายลดลงน้อยกว่าที่ประเมินไว้	2	4.35

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 46 ราย

จากตารางที่ 40 พบว่า มีปัญหาเรื่องสัญญาณเสียงไม่ดี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35 และมีค่าใช้จ่ายลดลงน้อยกว่าที่ประเมินไว้ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแนวโน้มที่จะใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

แนวโน้มที่จะใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	41	89.13
ไม่แน่ใจ	5	10.87
รวม	46	100.00

จากตารางที่ 41 พบว่า โดยรวมมีแนวโน้มที่จะใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.13 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.87

โดยที่ผู้ที่ยังไม่แน่ใจว่าเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจประเภทเครื่องประดับ, เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องหนัง และเครื่องเขียน

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่จะมีการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่จะมีการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อทางโทรศัพท์	36	78.26
เพิ่มความยืดหยุ่นในการติดต่อสื่อสาร	30	65.22
จัดการระบบเครือข่ายได้ง่ายขึ้น	6	13.04
รองรับการขยายตัวของระบบในอนาคต	30	65.22
ลดค่าใช้จ่ายในการดูแลและจัดการระบบ	6	13.04
เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	6	13.04
ใช้ร่วมกับระบบสื่อสารไร้สายได้	6	13.04
เพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อกับลูกค้า	22	47.83

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 46 ราย

จากตารางที่ 42 พบว่า โดยรวมมีเหตุผลที่จะลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อทางโทรศัพท์มากที่สุด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.26 รองลงมาคือ รองรับการขยายตัวของระบบในอนาคต และ เพิ่มความยืดหยุ่นในการติดต่อสื่อสาร จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.22 เพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อกับลูกค้า จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.83 และจัดการระบบเครือข่ายได้ง่ายขึ้น ลดค่าใช้จ่ายในการดูแลและจัดการระบบ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ใช้ร่วมกับระบบสื่อสารไร้สายได้ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.04

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ยังไม่แน่ใจว่าจะมีการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่ยังไม่แน่ใจที่จะมีการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความจำเป็นในช่วงนี้	4	8.70
ไม่มั่นใจในคุณภาพของสัญญาณ	3	6.52
บริษัทยังไม่มียุทธศาสตร์สนับสนุน	2	4.35
ยังขาดความรู้และเข้าใจในระบบดังกล่าว	3	6.52

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบ จำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 43 พบว่า โดยรวมยังไม่มีความจำเป็นในช่วงนี้ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.70 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในคุณภาพของสัญญาณ และ ยังขาดความรู้และเข้าใจในระบบดังกล่าว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.52 และบริษัทยังไม่มียุทธศาสตร์สนับสนุน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.35