

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรประเภท บริษัทจำกัด มีประสบการณ์ทำงาน 15 ปีขึ้นไป มีตำแหน่งในองค์กรเป็นผู้จัดการด้านวิศวกรรม บริษัทที่ทำงานรับทำงานด้านออกแบบ เคยทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางประเภทออกแบบและคำนวณอุปกรณ์ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลือกหรือเคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ คือ 4 ครั้งขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ คือ ผู้ออกแบบ โดยมีผู้มีส่วนร่วมในองค์กรในการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์จำนวน 2-3 คน และส่วนใหญ่ ผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์คนสุดท้าย คือ ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม โดยแหล่งที่ทราบข้อมูลอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ คือ จากพนักงานขายและงานสัมมนา และปัจจัยที่มีผลในการเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ คือ ขึ้นอยู่กับมูลค่าโครงการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือปัจจัยเฉพาะบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมตามลำดับ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่

ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของอุปกรณ์ป้องกันและควบคุมระบบไฟฟ้า และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและการแข่งขันธุรกิจ

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตช์เกียร์ รองลงมาคืออำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก และความเข้าใจระหว่างผู้มีอิทธิพลในการเลือกและผู้ขาย

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตช์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ รองลงมาคือทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง และการยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ความชำนาญ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาลงมือหลังการขายอย่างรวดเร็ว และมีความแข็งแกร่งทนทาน และมีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาอุปกรณ์สวิตช์เกียร์ รองลงมาคือราคาอะไหล่ และราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ

มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ รองลงมาคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก และมีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน รองลงมาคือมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ และมีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ฟรี

ส่วนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่พบในการเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบว่าพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 ลำดับแรก คือ รูปแบบไม่สามารถต่อขยายได้เมื่อลูกค้าต้องการโหลดไฟฟ้าในอนาคตมากขึ้น รองลงมาคือ ไม่มีการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด (ในระยะเวลาที่กำหนดให้) และไม่มีความแข็งแรงทนทาน

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาสวิตซ์เกียร์แพง รองลงมาคือ ราคาอะไหล่แพง

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา) รองลงมาคือ ไม่ยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ และการขนส่งสินค้าช้าและไม่ถูกต้อง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีหรือมีแต่ไม่ละเอียด รองลงมาพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ พนักงานขายไม่สามารถ แนะนำและให้ความรู้ได้อย่างชัดเจน และ พนักงานไม่มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามประเภทนิติบุคคลขององค์กร ตำแหน่งในองค์กร ประเภทงานที่บริษัทรับทำ จำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก และผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กร

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามประเภทนิติบุคคลขององค์กร

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งบริษัทจำกัด (มหาชน) และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือกระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งบริษัทจำกัด(มหาชน)และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพ ต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งบริษัทจำกัด(มหาชน)และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้อ นั้นๆ มากกว่าด้านอื่น

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นวิศวกร วิศวกรอาวุโส และผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า และการแข่งขันของธุรกิจ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร และตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรมให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพ ต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ และอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพ ต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเข้าใจระหว่างผู้มีอิทธิพลในการเลือกและผู้ขาย มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่น ๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่น ๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่น ๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในสวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่น ๆ และทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทงานที่บริษัทรับทำให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกประเภทงานที่บริษัทรับทำ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทงานที่รับทำ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิทซ์เกียร์มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทงานที่บริษัทรับทำ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิทซ์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ มากกว่าด้านอื่น

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของอุปกรณ์ป้องกันและควบคุมระบบไฟฟ้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ โครงสร้างภายในองค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก และความเข้าใจระหว่างผู้มีอิทธิพลในการเลือกและผู้ขาย มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้อ นั้นๆ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้อ นั้นๆ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะและความรู้ความชำนาญ และทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้อ นั้นๆ มากกว่าด้านอื่น

5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กร

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรเจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีของอุปกรณ์ป้องกันและควบคุมระบบไฟฟ้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรเจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรเจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ และความเข้าใจระหว่างผู้มีอิทธิพลในการเลือกและผู้ขาย เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าสนใจในด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในสวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ และทัศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยง มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือการยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือใน สวิตซ์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตาม ประเภทนิติบุคคลขององค์กร ตำแหน่งในองค์กร ประเภทงานที่บริษัทรับทำ จำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก และผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กร

6.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตาม ประเภทนิติบุคคลขององค์กร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ เงื่อนไขการรับประกันที่ดีกว่าผู้ขายรายอื่น และมีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งบริษัทจำกัด (มหาชน) และบริษัทจำกัดให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือราคาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เป็นลำดับแรก มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการส่งสินค้าถึง Site งานโครงการ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง และมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ฟรี และมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีสม่ำเสมอ มากกว่าด้านอื่น

6.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว และมีความแข็งแกร่งทนทาน เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือมีการให้คำปรึกษาเมื่อ มีปัญหา มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้องและมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกร ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าหรืออย่างสม่ำเสมอ) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งวิศวกรอาวุโส ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการด้านวิศวกรรม ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานมีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้อำนวยการฝ่าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ฟรี มีการจัดฝึกอบรม

ให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า และพนักงานมีความชำนาญในการแก้ไขปัญหาเท่ากันมากกว่าด้านอื่น

6.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานที่ปรึกษา และรับทำงานออกแบบ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานรับเหมา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานที่ปรึกษาและผู้รับทำงานออกแบบ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานงานรับเหมา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรก คือราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทงานที่บริษัทรับทำ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานที่ปรึกษาและผู้รับทำงานออกแบบ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รับทำงานงานรับเหมา ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

6.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว และได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็วมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็ว และถูกต้อง และมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา และมีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง และมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ฟรี มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 3 ครั้ง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก 4 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

6.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีความแข็งแรงทนทาน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด (ในระยะเวลาที่กำหนดให้) และระยะเวลารับประกันสินค้า เท่ากันมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรเจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย และองค์กรที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรที่ผู้จัดการโครงการมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ และมีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา เท่ากันมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการและมีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา เท่ากันมากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เจ้าของกิจการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า เท่ากัน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกให้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้าย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า มากกว่าด้านอื่น

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการพบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกต่อ ปัจจัยเฉพาะบุคคล ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปิวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกได้แก่ ระดับความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปิวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ภาวะการแข่งขัน

ปัจจัยภายในองค์กร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจเลือกขององค์กร ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปิวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายของร้านค้า

ปัจจัยระหว่างบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกได้แก่ ความน่าสนใจด้านเงื่อนไขหรือคุณภาพต่ออุปกรณ์สวิตช์เกียร์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปิวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความสนใจในตัวสินค้าของผู้ซื้อ

ปัจจัยเฉพาะบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก ได้แก่ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในสวิตช์เกียร์ยี่ห้ออื่นๆ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปิวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ การยอมรับและความชอบในตัวสินค้า

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อเลือกอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้า ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับการศึกษาของกุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ประกอบการเป็นลำดับแรกและสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยกร มีสมมนต์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสวิตซ์ปลั๊กและอุปกรณ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือความคงทนในการใช้งานของสินค้า

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ได้แก่ ราคาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกคือ ระดับราคาขายของสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยกร มีสมมนต์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่

มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสวิทช์ปลั๊กและอุปกรณ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือราคาที่ถูกกว่าและส่วนลดสูงกว่า และสอดคล้องกับการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีชีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของกับการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความพร้อมและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ การมีสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีชีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายได้สะดวก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ชัยกร มีสมมนต์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสวิทช์ปลั๊กและอุปกรณ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของกับการศึกษาของ ธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รสลิน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีชีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือพนักงานขายมีความจริงใจซื่อสัตย์และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยกร มีสมมนต์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจซื้อสวิทช์ปลั๊กและอุปกรณ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา จัดแผงโชว์ แคะล้อ และรายการส่งเสริมการขาย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญลำดับแรกคือ การชักชวนจากผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทช์เกียร์เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจได้แก่ องค์กรที่ผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากรับงานทำงาน ที่ปรึกษา ออกแบบ และรับเหมาแล้วการรับทำงาน ยังมีองค์กรที่รับทำงานวางผัง โครงการ การจัดการด้านพลังงาน ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ งานซ่อมบำรุง ไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในองค์กรประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเรื่องบทบาทในศูนย์กลางการซื้อ พบว่า ผู้ออกแบบมีบทบาทมากที่สุด โดยมีบทบาทมากกว่าเจ้าของโครงการ(เจ้าของธุรกิจ) ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่เทคนิคของบริษัทที่ขายอุปกรณ์ก็มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกอุปกรณ์สวิทช์เกียร์ เนื่องจากทราบรายละเอียดคุณสมบัติอุปกรณ์สวิทช์เกียร์เป็นอย่างดี นอกจากนี้อาจมีผู้มีอำนาจอื่นๆที่มีอิทธิพลในการเลือกด้วย ส่วนกระบวนการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทช์เกียร์ขององค์กรส่วนใหญ่มี 2-3 คน แต่มีบางองค์กรที่มีเพียง 1 คนตัดสินใจเลือก แต่ก่อนที่จะเลือก พบว่า ทุกองค์กรมีการเปรียบเทียบข้อมูลด้านต่างๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ ในเรื่องอำนาจการตัดสินใจซื้อขององค์กรส่วนใหญ่ พบว่า ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมมีอำนาจที่จะตัดสินใจซื้อคนสุดท้ายมากกว่าเจ้าของกิจการ และมีส่วนน้อยที่ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อมีอำนาจที่จะตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย ในด้านข้อมูลข่าวสารพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลข่าวสารมากที่สุดจากพนักงานขายและงานสัมมนา โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลข่าวสารอุปกรณ์สวิทช์เกียร์ทางวิทยุเลยแต่ก็มีผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านอื่นด้วย ได้แก่ จากรายการผู้ขายของโครงการ(vendor list) จากผู้ควบคุมงาน จากการทดสอบอุปกรณ์จริงและฝ่ายบริการของบริษัทผู้ขาย จากเว็บไซต์บริษัทผู้ขายในเรื่องของเหตุผลทางด้านวิศวกรรมที่ค้นพบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกอุปกรณ์สวิทช์เกียร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สำคัญ คือ เหตุผลความเหมาะสมทางวิศวกรรม เหตุผลเสถียรภาพความเชื่อมั่นและความมั่นคงของระบบ

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิทช์เกียร์เพื่อใช้ในระบบไฟฟ้าระดับแรงดันปานกลางของวิศวกรไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อยเรื่อง การพัฒนาทางการเมือง จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่า บริษัทจำกัดให้ความสำคัญเรื่อง การพัฒนาทางการเมืองน้อยกว่า บริษัทจำกัด(มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมให้ความสำคัญเรื่อง การพัฒนาทางการเมืองน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่าบริษัทรับทำงานที่ปรึกษาให้ความสำคัญเรื่อง การพัฒนาทางการเมืองน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับบริษัทที่รับทำงานออกแบบ และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่อง การพัฒนาทางการเมืองน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุให้ความสำคัญ ได้แก่ เรื่องระเบียบการจ่ายไฟของการไฟฟ้า ฯ เป็นระบบสายใต้ดิน เรื่องความเหมาะสมในแต่ละลักษณะงานทางวิศวกรรม และเรื่องผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม

ด้านปัจจัยภายในองค์กร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อยเรื่อง โครงสร้างภายในองค์กร จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่า บริษัทจำกัดให้ความสำคัญ เรื่อง โครงสร้างภายในองค์กรน้อยกว่า บริษัทจำกัด(มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่าผู้จัดการฝ่าย ให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างภายในองค์กรน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานออกแบบ ให้ความสำคัญเรื่องโครงสร้างภายในองค์กร น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับบริษัทที่รับทำงานที่ปรึกษา และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่อง โครงสร้างภายในองค์กรน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับเมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อยเรื่อง ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่าบริษัทจำกัดให้ความสำคัญเรื่องความสามารถชักชวนของผู้ขายน้อยกว่า บริษัทจำกัด(มหาชน) จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่าผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมให้ความสำคัญเรื่อง ความสามารถในการชักชวนของผู้ขายน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่าบริษัทที่รับทำงานให้ ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญเรื่องความสามารถชักชวนของผู้ขายน้อยที่สุดเทียบกับบริษัทที่รับทำงานออกแบบ และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่ผู้จัดการ โครงการมีอำนาจการตัดสินใจคน

สุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่อง ชักชวนของผู้ขายน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับเมื่อเทียบกับองค์การที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า

ด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุให้ความสำคัญได้แก่ เรื่องอุปกรณ์สวิทซ์ เกียร์ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานสากล (IEC,ANSI) แต่ก็มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยย่อยเรื่อง คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่า บริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่า บริษัทจำกัด จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า วิศวกรให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่า เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่าบริษัทที่รับทำงานออกแบบให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่าบริษัทที่รับทำงานที่ปรึกษา และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่ผู้จัดการ โครงการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่าเมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

ด้านปัจจัยราคา มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยย่อยเรื่องราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่า บริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญ เรื่องราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ มากกว่าบริษัทจำกัด จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า วิศวกรให้ความสำคัญเรื่องราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่า เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานรับเหมา ให้ความสำคัญ เรื่องราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าบริษัทที่รับทำงานที่ปรึกษา และบริษัทที่รับทำงานออกแบบ จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่าองค์กร ที่ผู้จัดการ โครงการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่องราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ มากกว่าเมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

อย่างไรก็ตามมีปัจจัยด้านราคาที่น่าสนใจที่ค้นพบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยคือปัจจัยย่อยเรื่อง อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ จำแนกตามประเภทของนิติบุคคล พบว่าบริษัทจำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ น้อยกว่า บริษัทจำกัด

จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า ผู้อำนวยการฝ่ายให้ความสำคัญ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ น้อยกว่า เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานออกแบบ ให้ความสำคัญ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทที่รับทำงานที่ปรึกษา และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามจำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก พบว่าผู้ที่เคยมีส่วนร่วมการตัดสินใจเลือก 1 ครั้ง ให้ความสำคัญ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ น้อยกว่า เมื่อเทียบกับ ผู้ที่เคยมีส่วนร่วมการตัดสินใจเลือก 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไป จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมโครงการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญ เรื่องอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ น้อยกว่า เมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อย เรื่องมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า วิศวกรให้ความสำคัญ เรื่องมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่า เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานปรึกษา ให้ความสำคัญ เรื่องมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มากกว่า เมื่อเทียบกับ บริษัทที่รับทำงานที่ออกแบบ และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่เจ้าของกิจการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญ เรื่องมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการมากกว่า เมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

ด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อย เรื่องพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า วิศวกรอาวุโสให้ความสำคัญ เรื่องพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานรับเหมา ให้ความสำคัญ เรื่องพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่า เมื่อเทียบกับ บริษัทที่รับทำงานที่ออกแบบ และบริษัทที่รับทำงานปรึกษา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่เจ้าของกิจการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญเรื่องพนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มากกว่า เมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

อย่างไรก็ตามมีปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่น่าสนใจที่ค้นพบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อยปัจจัยย่อย เรื่องมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ซึ่งจำแนกคำตอบไว้ดังต่อไปนี้ จำแนกตามตำแหน่งในองค์กร พบว่า ผู้อำนวยการฝ่ายให้ความสำคัญ เรื่องมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม น้อยกว่า เมื่อเทียบกับผู้ทำงานในตำแหน่งอื่น ๆ จำแนกตามประเภทงานที่บริษัทรับทำ พบว่า บริษัทที่รับทำงานปรึกษา ให้ความสำคัญ เรื่องการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม น้อยกว่า เมื่อเทียบกับ บริษัทที่รับทำงานที่ออกแบบ และบริษัทที่รับทำงานรับเหมา จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในองค์กร พบว่า องค์กรที่เจ้าของกิจการมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญ เรื่องการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม น้อยกว่า เมื่อเทียบกับองค์กรที่มีผู้อื่นมีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้าย

นอกจากนี้สามารถเรียงลำดับของปัจจัยทุกด้าน จากปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปน้อย ดังตารางที่ 69

ตารางที่ 69 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน | ค่าเฉลี่ย | การแปลผล |
|---|-----------|----------------|
| 1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ | 4.52 | สำคัญมากที่สุด |
| 2. มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว | 4.48 | สำคัญมาก |
| 3. มีความแข็งแกร่งทนทาน มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา | 4.42 | สำคัญมาก |
| 4. ราคาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ | 4.37 | สำคัญมาก |
| 5. ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก มีการรับประกันสินค้าที่ชัดเจน (ในระยะเวลาที่กำหนดให้) | 4.32 | สำคัญมาก |
| 6. ระยะเวลาประกันสินค้า พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน และมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ | 4.29 | สำคัญมาก |
| 7. มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ | 4.27 | สำคัญมาก |
| 8. มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง | 4.26 | สำคัญมาก |
| 9. มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ฟรี | 4.24 | สำคัญมาก |

ตารางที่ 69 (ต่อ) สรุประดับความสำคัญของปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน | ค่าเฉลี่ย | การแปลผล |
|--|-----------|-----------|
| 10. ชื่อเสียงของตราหือ รูปแบบที่สามารถต่อขยายได้เมื่อลูกค้าต้องการ โหลดไฟฟ้าใน อนาคตมากขึ้น และพนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า | 4.23 | สำคัญมาก |
| 11. พนักงานมีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา | 4.21 | สำคัญมาก |
| 12. สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก | 4.18 | สำคัญมาก |
| 13. มีคู่มือการใช้งานอย่างละเอียด เงื่อนไขการรับประกันที่ดีกว่าผู้ขายรายอื่น | 4.16 | สำคัญมาก |
| 14. ได้รับการรับรองระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 | 4.15 | สำคัญมาก |
| 15. ชื่อเสียงประเทศที่ผลิต | 4.13 | สำคัญมาก |
| 16. มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา | 4.11 | สำคัญมาก |
| 17. มีบริการติดตั้ง | 4.06 | สำคัญมาก |
| 18. มีความทันสมัย | 4.05 | สำคัญมาก |
| 19. มีบริการส่งสินค้าถึง Site งาน โครงการ | 4.03 | สำคัญมาก |
| 20. ขนาดและรูปแบบของสินค้า | 3.02 | สำคัญมาก |
| 21. กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก | 3.94 | สำคัญมาก |
| 22. กริยามารยาทพนักงานขาย | 3.81 | สำคัญมาก |
| 23. ราคาอะไหล่ | 3.79 | สำคัญมาก |
| 24. ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย | 3.66 | สำคัญมาก |
| 25. ระยะเวลาในการชำระเงิน | 3.63 | สำคัญมาก |
| 26. มีส่วนลดในกรณีที่จ่ายเงินสด | 3.50 | สำคัญมาก |
| 27. การโฆษณาในสื่อต่างๆ | 3.42 | สำคัญน้อย |
| 28. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม | 3.27 | สำคัญน้อย |
| 29. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ | 3.05 | สำคัญน้อย |

ส่วนลำดับปัญหาของปัจจัยทุกด้านที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปหาน้อย

ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับของปัญหาน้อย ยกเว้น 3 ลำดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้ดังตารางที่ 70

ตารางที่ 70 สรุประดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปหาน้อย

| ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน | ค่าเฉลี่ย | การแปลผล |
|--|-----------|-----------|
| 1. ราคาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์แพง | 3.90 | ปัญหามาก |
| 2. ราคาอะไหล่แพง | 3.56 | ปัญหามาก |
| 3. ไม่มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีหรือมีแต่ไม่ละเอียด | 3.53 | ปัญหามาก |
| 4. พนักงานขายไม่สามารถแนะนำและให้ความรู้อย่างชัดเจน | 3.48 | ปัญหาน้อย |
| 5. พนักงานไม่มีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา | 3.42 | ปัญหาน้อย |
| 6. ไม่มีการแจกเอกสารหรือมีแต่ไม่ละเอียด ไม่มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา | 3.37 | ปัญหาน้อย |
| 7. ไม่ยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ | 3.31 | ปัญหาน้อย |
| 8. ราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย | 3.29 | ปัญหาน้อย |
| 9. การขนส่งสินค้าช้าและไม่ถูกต้อง รูปแบบไม่สามารถต่อขยายได้เมื่อลูกค้าต้องการไหลลื่นไฟฟ้าในอนาคตมากขึ้น | 3.26 | ปัญหาน้อย |
| 10. ไม่มีการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด (ในระยะเวลาที่กำหนดให้) ไม่มีความแข็งแรงทนทาน | 3.24 | ปัญหาน้อย |
| 11. ชื่อเสียงประเทศที่ผลิตไม่เป็นที่นิยม ไม่มีคู่มือการใช้งานอย่างละเอียด ขนาดและรูปแบบไม่หลากหลาย ระยะเวลาการชำระเงินสั้น | 3.23 | ปัญหาน้อย |
| 12. ผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย ติดต่อกับผู้แทนจำหน่ายไม่สะดวก | 3.21 | ปัญหาน้อย |
| 13. ไม่มีการบริการหลังการขาย ไม่มีส่วนลดเมื่อจ่ายเงินสด | 3.19 | ปัญหาน้อย |
| 14. ไม่มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา | 3.16 | ปัญหาน้อย |
| 15. ระยะเวลาการรับประกันสินค้าสั้น | 3.15 | ปัญหาน้อย |
| 16. ตรีชัยหือไม่น่าเชื่อถือ ไม่ได้การรับรองระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001:2000 | 3.13 | ปัญหาน้อย |
| 17. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือมีน้อย | 3.11 | ปัญหาน้อย |
| 18. เงื่อนไขการรับประกันไม่เป็นที่น่าสนใจ | 3.06 | ปัญหาน้อย |
| 19. อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระสูง | 3.05 | ปัญหาน้อย |
| 20. ไม่ได้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. | 3.03 | ปัญหาน้อย |
| 21. พนักงานขายแต่งกายไม่สุภาพ กริยามารยาทไม่ดี ไม่น่าเชื่อถือ | 3.00 | ปัญหาน้อย |
| 22. ไม่มีบริการติดตั้ง | 2.97 | ปัญหาน้อย |
| 23. ไม่มีบริการส่งสินค้าถึง Site งานโครงการ | 2.95 | ปัญหาน้อย |
| 24. ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม หรือ มีการส่งเสริมการขายแต่ไม่น่าสนใจ | 2.94 | ปัญหาน้อย |

ตารางที่ 71 สรุปค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญและระดับปัญหาที่พบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้าน

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ความสำคัญของปัจจัย | | | ระดับของปัญหา | | |
|---------------------------|--------------------|--------------|----------|---------------|--------------|-----------|
| | ลำดับที่ | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล | ลำดับที่ | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 1 | 4.49 | สำคัญมาก | 4 | 3.16 | ปัญหาน้อย |
| ด้านราคา | 4 | 3.67 | สำคัญมาก | 1 | 3.37 | ปัญหาน้อย |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 2 | 4.14 | สำคัญมาก | 3 | 3.2 | ปัญหาน้อย |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3 | 3.97 | สำคัญมาก | 2 | 3.26 | ปัญหาน้อย |

ตารางที่ 72 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดจำแนกตามประเภททัศนคติบุคคล ตำแหน่ง ประเภทงานที่บริษัทรับทำ จำนวนครั้งที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กร

| ข้อมูลทั่วไป | ด้านผลิตภัณฑ์ | ด้านราคา | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ด้านส่งเสริมการตลาด |
|--|---|--|--|---|
| ประเภททัศนคติบุคคล บริษัทจำกัด(มหาชน) | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ -เงื่อนไขการรับประกันที่ดีกว่าผู้ขายรายอื่น -มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา (4.67) | -ราคาอุปกรณ์สวีทซ์เกียร์ (5.00) | -มีบริการส่งสินค้าถึง Site งาน โครงการ -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก (4.67) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (5.00) |
| บริษัทจำกัด | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.51) | -ราคาอุปกรณ์สวีทซ์เกียร์ (4.33) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.23) | -มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวีทซ์เกียร์ฟรี -มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าหรือช่างซ่อม (4.27) |

ตารางที่ 72 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | ด้านผลิตภัณฑ์ | ด้านราคา | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ด้านส่งเสริมการตลาด |
|------------------------|--|------------------------------------|---|---|
| ตำแหน่ง -วิศวกร | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ -มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว -มีความแข็งแกร่งทนทาน (4.65) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.55) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.50) | -มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีสม่ำเสมอ (4.45) |
| -วิศวกรอาวุโส | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.50) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.43) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.25) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.50) |
| -ผู้จัดการด้านวิศวกรรม | -มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา (4.80) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.19) | -สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก (4.28) | -พนักงานมีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา (4.28) |
| -ผู้อำนวยการฝ่าย | -มีการให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหา (4.20) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.20) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.20) | -มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ฟรี -มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีสม่ำเสมอ -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน |
| | | | | -พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า |

ตารางที่ 72 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | ด้านผลิตภัณฑ์ | ด้านราคา | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ด้านส่งเสริมการตลาด |
|---------------------------------|---|---------------------------------|--|--|
| | | | | พนักงานมีความชำนาญในการแก้ไขปัญหา (3.80) |
| งานที่บริษัทรับทำที่ปรึกษา | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.50) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.31) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.39) | -มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีสม่ำเสมอ (4.31) |
| ออกแบบ | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.55) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.38) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.27) | -มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีสม่ำเสมอ (4.29) |
| รับเหมา | -มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว (4.38) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.50) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.31) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.38) |
| จำนวนครั้งที่มีส่วนร่วม 1 ครั้ง | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ -มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว -ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. (4.20) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.50) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.12) | -มีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ฟรี (4.25) |

ตารางที่ 72 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | ด้านผลิตภัณฑ์ | ด้านราคา | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ด้านส่งเสริมการตลาด |
|--|---|------------------------------------|--|---|
| 2 ครั้ง | -มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาลงมือช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว (4.75) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.75) | -สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก -มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา (4.50) | -พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า (4.75) |
| 3 ครั้ง | -มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาลงมือช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว (4.70) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.30) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.50) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.40) |
| 4 ครั้งขึ้นไป | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.56) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.32) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.30) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.32) |
| ผู้ที่มีอำนาจคนสุดท้ายในองค์กร เจ้าของกิจการ | -มีความแข็งแรงทนทาน (4.69) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.38) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ -มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา (4.46) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.46) |

ตารางที่ 72 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | ด้านผลิตภัณฑ์ | ด้านราคา | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ด้านส่งเสริมการตลาด |
|-----------------------|---|--|--|---|
| ผู้จัดการโครงการ | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.63) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.72) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง (4.63) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.36) |
| ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ | -มีการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด (ในระยะเวลาที่กำหนดให้) -ระยะเวลารับประกันสินค้า (4.40) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.60) | -มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ -มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา (4.00) | -พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน (4.20) |
| ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม | -คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ (4.53) | -ราคาอุปกรณ์สวิทซ์เกียร์ (4.18) | -มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ (4.26) | -พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า (4.37) |

ข้อเสนอแนะ

การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และเหมาะสมเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการจำหน่ายอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ ผู้ประกอบการจำหน่ายควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เพื่อใช้ในโครงการ ของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ให้มาก และปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านต่างๆของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่เกิดขึ้นดังมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการจำหน่ายควรปรับปรุงแก้ไขด้านผลิตภัณฑ์มีดังนี้

1. **แก้ไขการรั่วซึมของแก๊ส** เนื่องจากก่อนที่จะใช้งานอุปกรณ์สวิตช์เกียร์นั้นต้องมีการบรรจุแก๊ส (SF6) โดยมาตรฐานของผู้ผลิตส่วนใหญ่ระบุว่าสามารถใช้งานได้ 30 ปีโดยไม่ต้องบรรจุซ้ำ แต่ในทางความเป็นจริงหลังจากติดตั้งใช้งานไปแล้วไม่เกิน 10 ปี ต้องมีการบรรจุซ้ำ ส่วนใหญ่พบว่า เกิดจากอุปกรณ์ป้องกันการรั่วซึมตามรอยต่อไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดการรั่วซึม ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายควรปรับปรุงคุณภาพของอุปกรณ์ป้องกันการรั่วซึมดังกล่าว เพื่อให้อุปกรณ์สวิตช์เกียร์ทำงานได้ตามมาตรฐานและมีความปลอดภัย

2. **แก้ไขการชำรุดบ่อยของอุปกรณ์แสดงระดับแรงดันไฟฟ้า** เนื่องจากอุปกรณ์สวิตช์เกียร์จะมีอุปกรณ์แสดงระดับแรงดันไฟฟ้าติดตั้งมาด้วยเพื่อประโยชน์ให้ผู้ใช้งานทราบระดับแรงดันขณะใช้งาน ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายควรปรับปรุงคุณภาพของอุปกรณ์ดังกล่าวเพื่อให้อุปกรณ์สวิตช์เกียร์ทำงานได้ตามมาตรฐานและมีความปลอดภัย

สำหรับผู้ผลิตควรมีรูปแบบของสวิตช์เกียร์ที่สามารถต่อขยายได้เมื่อลูกค้าต้องการเพิ่มโหลดไฟฟ้า ควรมีการรับประกัน และรับเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด โดยกำหนดระยะเวลาประกันที่แน่นอน เช่น 1 ปี – 3 ปี และนอกจากนั้นอุปกรณ์สวิตช์เกียร์ควรมีความแข็งแรงทนทาน

เรื่องการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากอุปกรณ์สวิตช์เกียร์เป็นสินค้านำเข้า ผู้ประกอบการจำหน่ายควรมีการวางแผนระบบการจัดเก็บอะไหล่ที่จำเป็นเพื่อสามารถเปลี่ยนชิ้นเดิมที่ชำรุดให้แก่ลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนด โดยผู้ประกอบการจำหน่ายอาจมีการบันทึกสำหรับอะไหล่ที่มีการเสียหายบ่อยๆ แล้วเก็บstock เพื่อที่จะสามารถเปลี่ยนให้ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันสั้น ส่วนด้านการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำหน่ายอาจจัดให้มีโทรศัพท์สายด่วนโทรฟรีให้แก่ลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาหรือแนะนำทางด้านเทคนิคของสินค้า ได้อย่างรวดเร็ว

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า วงจรการแข่งขันอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ อยู่ในขั้นเจริญเติบโต ดังนั้น เพื่อให้เกิดความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น ให้รักษาระดับราคาที่หรือลดราคา เพื่อเป็นการกีดกันคู่แข่งรายใหม่ไม่ให้เข้าสู่ตลาดเพราะกำไรน้อย จะเห็นลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องราคาอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ และราคาอะไหล่ เช่นเดียวกันเป็นปัญหาที่ลูกค้าประสบอันดับต้นๆด้วยเหมือนกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายจึงควรให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การกำหนดราคาอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ การตั้งราคาควรดูภาวะการณ์ตลาดประกอบกับการตัดสินใจ เพื่อให้ระดับปัญหาลดลงจากระดับมากมาอยู่ในระดับน้อย โดยกำหนดราคาอ้างอิงราคาตลาดและราคาของคู่แข่งกัน หรือนำเข้าอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ จากประเทศที่มีข้อตกลงทางการค้าเอฟทีเอกับประเทศไทย เพื่อผลประโยชน์ทางภาษี

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ เป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายควรมีจัดเก็บสินค้าคงคลังไว้บ้างเพื่อให้พร้อมที่จะขายสำหรับความต้องการซื้อเร่งด่วนจากลูกค้า โดยผู้ประกอบการอาจสำรวจหรือดูจากบันทึกการขายสำหรับรูปแบบอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ที่มีสั่งซื้อจากลูกค้าบ่อยๆ และการจัดส่งสินค้าในแต่ละครั้งให้กับลูกค้าไม่ควรล่าช้า กระบวนการสั่งซื้อสินค้าไม่ควรยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนั้นในการจัดส่งสินค้าในแต่ละควรรตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าทุกครั้ง

เรื่องการสร้างความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจำหน่ายควรเปลี่ยนแปลงระบบการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าใหม่ เพื่อให้สินค้ามีการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง อย่างเช่นกรณีที่โครงการของลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัด เพื่อป้องกันการส่งสินค้าล่าช้า ดังนั้น นอกเหนือจากโกดังเก็บสินค้าที่มีในกรุงเทพแล้ว ผู้ประกอบการจำหน่ายเมื่อทราบแน่ชัดว่าลูกค้าได้อนุมัติการสั่งซื้อแล้วควรพิจารณาเช่าที่พักสินค้าชั่วคราวตาม ภูมิภาคเพื่อให้ใกล้โครงการของลูกค้าที่จะใช้งานอุปกรณส์วิทซ์เกียร์ ด้วยการจัดส่งสินค้าไปพักไว้ก่อน ยกตัวอย่างเช่น เชียงใหม่ ระยอง สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น เพื่อรองรับลูกค้าที่อยู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ ในส่วนของความถูกต้องในการส่งสินค้าไปยังลูกค้า ดังนั้นระหว่าง การขนย้ายสินค้าขึ้นยานพาหนะผู้ประกอบการจำหน่ายควรส่งพนักงานขายซึ่งเป็นผู้ที่ทราบข้อมูลการสั่งซื้ออย่างดีเพื่อตรวจสอบความถูกต้องร่วมกับผู้ขนส่งสินค้า และควรสื่อสารไปให้ลูกค้าด้วย เช่น ส่งภาพผลลากอุปกรณส์ด้วยโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ผลิตควรขยายตลาดโดยหาตัวแทนจำหน่ายในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อรองรับเจริญเติบโตของจังหวัดใหญ่ ๆ ในส่วนภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ ระยอง สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายจึงควรให้ความสำคัญในการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ให้กับพนักงานขายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เช่น การให้ความรู้ประกอบการสาธิตอุปกรณ์จริงหรือจัดอบรมเชิงวิชาการ โดยเชิญนักวิชาการที่มีประสบการณ์เฉพาะด้านจากภายนอกมาบรรยาย นอกจากนี้ผู้ผลิตควรจัดอบรมประกอบการสาธิตอุปกรณ์จริงขยายไปตามภูมิภาคในจังหวัดที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงสุดน้อยปีละ 1 ครั้ง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายพร้อมการสาธิตอุปกรณ์จริงอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ต่อจากนั้นจัดให้มีการทดสอบความรู้ โดยเพิ่มแรงจูงใจโดยการให้รางวัลสำหรับพนักงานขายที่มีคะแนนทดสอบอยู่ในเกณฑ์ดี นอกจากนี้ผู้ประกอบการจำหน่ายอาจสร้างการรับรู้สินค้าที่เป็นวิศวกร ด้วยการติดตั้งป้ายโฆษณาในจังหวัดที่มีการขยายตัวทางการก่อสร้างสูงซึ่งจะมีอาคารขนาดใหญ่ หรือ โรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้น หรือใกล้กับนิคมอุตสาหกรรมใหญ่ และผู้ประกอบการจำหน่ายควรลงโฆษณาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ในตำราทางวิศวกรรมด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้สำหรับผู้ที่จะเป็นวิศวกรในอนาคต

นอกจากนี้ยังมีแนวทางเพิ่มเติมสำหรับการแก้ปัญหาด้านราคาอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ ที่ลูกค้าเห็นว่ามียราคาแพง ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายควรใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อโครงสร้างด้านราคาอันเนื่องมาจากการแข่งขันด้านราคา

เรื่องการสร้างความแตกต่างด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการจำหน่ายควรมีเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ฟรี ดังนั้นควรอัพโหลดรายละเอียดทางเทคนิคของอุปกรณ์สวิตซ์เกียร์ลงบนเว็บไซต์อย่างครบถ้วน ได้แก่ แคตตาล็อก สเป็ค รายงานผลของแล็ปทดสอบ คู่มือการติดตั้งและใช้งาน โครงการอ้างอิง เอกสารยืนยันการใช้งานที่ดีของลูกค้าในอดีต และใบรับรองของ ISO เป็นต้น

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขายจำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือก

กลยุทธ์การขายสำหรับลูกค้าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่รับทำงานรับเหมา จุดขายที่ควรนำมาใช้ในด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก คือ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว จุดขายด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความ

เร่งด่วนของโครงการ จุดขายด้านส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน

กลยุทธ์การขายสำหรับลูกค้าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่เคยมีส่วนร่วมในการเลือก 2 ครั้ง จุดขายด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีการบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาหลังการขายอย่างรวดเร็ว จุดขายด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา จุดขายด้านส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า

กลยุทธ์การขายสำหรับลูกค้าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกคนสุดท้ายในองค์กรที่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ จุดขายที่ควรนำมาใช้ในด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก คือ มีความแข็งแรงทนทาน จุดขายด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการ มีสินค้าพร้อมขายตลอดเวลา จุดขายด้านส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานขายสามารถแนะนำและแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน

นอกจากนั้นควรมีการจัดอบรมให้กับลูกค้าฟรีในรายละเอียดของสินค้า และมีเอกสารแนะนำรายละเอียดต่างๆ แจกลูกค้า ด้านราคาสินค้าไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อย หากมีการเปลี่ยนแปลง ควรดูราคาท้องตลาด ด้านพนักงานควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้บริการมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า เช่น อำนวยความสะดวกด้านเวลา สถานที่ แก่ลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน การติดต่อสื่อสารมีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย มีความสามารถ ความรู้ความชำนาญในงาน ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจ ตลอดจนมีการตอบสนองลูกค้า แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ มีความปลอดภัยในการใช้บริการเช่นมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย นอกจากนี้ในเรื่องของการขนส่งสินค้าไม่ควรล่าช้า ควรมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาในการส่งสินค้าตามความเร่งด่วนของโครงการของลูกค้า และไม่ควรรใช้เวลาในการขนส่งสินค้าที่นานเกินไป