

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ กิจการ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าห้องพักราคาตั้งแต่ 1,600 บาท และเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรม จดทะเบียนในประเทศไทย จำนวน 88 แห่ง ผลการวิเคราะห์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในกิจการ ลักษณะธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาของกิจการ ระดับยอดขายของกิจการต่อปี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด (ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	35	39.8
หญิง	53	60.2
รวม	88	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 และเป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 29 ปี	26	29.5
มากกว่า 29-39 ปี	45	51.2
มากกว่า 39-49 ปี	12	13.6
มากกว่า 49 ปี	5	5.7
รวม	88	100

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง มากกว่า 29-39 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคืออายุระหว่างไม่เกิน 20-29 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	13.6
ปริญญาตรี	62	70.5
สูงกว่าปริญญาตรี	14	14.9
รวม	88	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาเป็นผู้ศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ

14.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่งในกิจการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประธานกรรมการ	0	0.0
กรรมการผู้จัดการ	1	1.1
ผู้จัดการทั่วไป	11	12.5
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	52	59.1
อื่นๆ ได้แก่ ช่างจำนวน 15 คน, พนักงานจัดซื้อจำนวน 9 คน	24	27.3
รวม	88	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็น ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเป็นตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ ช่าง, พนักงานจัดซื้อ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน(กิจการ)	ร้อยละ
บริษัทมหาชนจำกัด	4	4.5
บริษัทจำกัด	76	86.5
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4	4.5
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	4	4.5
รวม	88	100

จากตารางที่ 5 พบว่ากิจการส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 76 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดและห้างหุ้นส่วนสามัญมีจำนวนเท่ากัน 4 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียน	จำนวน(กิจการ)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	5	5.7
มากกว่า 5-20 ล้านบาท	30	34.1
มากกว่า 20-50 ล้านบาท	21	23.9
มากกว่า 50 ล้านบาท	32	36.4
รวม	88	100

จากตารางที่ 6 พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 32 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมามีทุนจดทะเบียน มากกว่า 5-20 ล้านบาท จำนวน 30 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 34.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาของกิจการ

ระยะเวลาของกิจการ	จำนวน(กิจการ)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	5	5.7
มากกว่า 5-15 ปี	61	69.3
มากกว่า 15-30 ปี	19	21.6
มากกว่า 30 ปี	3	3.4
รวม	88	100

จากตารางที่ 7 พบว่ากิจการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการเป็นระยะเวลา มากกว่า 5-15 ปี มีจำนวน 61 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมามีระยะเวลา มากกว่า 15-30 ปี จำนวน 19 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 21.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขาย

ระดับยอดขายของกิจการต่อปี	จำนวน(กิจการ)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 ล้านบาท	11	12.5
มากกว่า 10-20 ล้านบาท	21	22.9
มากกว่า 20-30 ล้านบาท	25	28.4
มากกว่า 30 ล้านบาท	31	35.2
รวม	88	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กิจการส่วนใหญ่มียอดขายมากกว่า 30 ล้านบาท จำนวน 31 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมามียอดขาย มากกว่า 20-30 ล้านบาท จำนวน 25 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 28.4

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามอุปกรณ์ระบบความปลอดภัยที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

อุปกรณ์ความปลอดภัยที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน(กิจการ)
ระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด	77
ระบบสัญญาณตรวจจับและเตือนภัยอัตโนมัติ	10
ระบบประตูควบคุมการเข้าออกอัตโนมัติ	26
ระบบรั้วไฟฟ้าแรงสูงป้องกันการบุกรุก	1
ระบบบันทึกข้อมูลการรักษาความปลอดภัย	23

(ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 9 พบว่ากิจการส่วนใหญ่ใช้ระบบความปลอดภัยเป็นระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด จำนวน 77 กิจการ รองลงมาเป็น ระบบประตูควบคุมการเข้าออกอัตโนมัติ จำนวน 26 กิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กล้องโทรทัศน์วงจรปิด

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท	0 (0.0)	1 (1.1)	15 (17.1)	48 (54.5)	24 (27.3)	4.08 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (11.4)	41 (46.6)	37 (42.0)	4.31 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย	0 (0.0)	1 (1.1)	18 (20.5)	44 (50.0)	25 (28.4)	4.06 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	1 (1.1)	3 (3.5)	34 (38.6)	33 (37.5)	17 (19.3)	3.70 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	1 (1.1)	5 (5.7)	27 (30.7)	32 (36.4)	23 (26.1)	3.81 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของสินค้า	3 (3.4)	6 (6.8)	21 (23.9)	32 (36.4)	26 (29.5)	3.82 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย	0 (0.0)	2 (2.3)	5 (5.7)	42 (47.7)	39 (44.3)	4.34 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	0 (0.0)	5 (5.7)	11 (12.5)	40 (45.4)	32 (36.4)	4.13 (มาก)
ความสามารถในการซูม	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (22.7)	38 (43.2)	30 (34.1)	4.11 (มาก)
การใช้งานง่าย	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (29.5)	32 (36.4)	30 (34.1)	4.05 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	2 (2.3)	4 (4.5)	29 (33.0)	37 (42.0)	16 (18.2)	3.69 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	2 (2.3)	5 (5.7)	20 (22.7)	41 (46.6)	20 (22.7)	3.82 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบเครือข่าย	1 (1.1)	8 (9.1)	14 (15.9)	46 (52.3)	19 (21.6)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	1 (1.1)	4 (4.5)	9 (10.2)	44 (50.0)	30 (34.2)	4.11 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	2 (2.3)	4 (4.5)	10 (11.4)	31 (35.2)	41 (46.6)	4.19 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	1 (1.1)	4 (4.5)	14 (15.9)	29 (33.0)	40 (45.5)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.01 (มาก)

จากตารางที่ 10 พบว่าความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกได้แก่ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาเป็นคุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.31

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง	0 (0.0)	3 (3.4)	20 (22.7)	44 (50.0)	21 (23.9)	3.94 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	0 (0.0)	3 (3.4)	19 (21.6)	44 (50.0)	22 (25.0)	3.97 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	2 (2.3)	3 (3.4)	24 (27.3)	44 (50.0)	15 (17.0)	3.76 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	1 (2.3)	5 (5.7)	27 (30.7)	42 (47.7)	12 (13.6)	3.65 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	1 (1.1)	5 (5.7)	34 (38.6)	38 (43.2)	10 (11.4)	3.58 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	2 (2.3)	3 (3.4)	33 (37.5)	36 (40.9)	14 (15.9)	3.65 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3 (3.4)	2 (2.3)	24 (27.3)	44 (50.0)	15 (17.0)	3.75 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	1 (1.1)	1 (1.1)	28 (31.8)	42 (47.7)	15 (17.0)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.76 (มาก)

จากตารางที่ 11 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยปัจจัยย่อยอันดับแรกได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาได้แก่ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง มีค่าเฉลี่ย 3.94

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้ สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	1 (1.1)	4 (4.5)	30 (34.1)	33 (37.5)	20 (22.7)	3.76 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อ ประสานงานทางโทรศัพท์	1 (1.1)	2 (2.3)	19 (21.6)	28 (31.8)	38 (43.2)	4.14 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจาก วันที่สั่งซื้อ	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (21.6)	39 (44.3)	30 (34.1)	4.13 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิด สินค้าที่จัดส่ง	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (20.5)	26 (29.5)	44 (50.0)	4.30 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (19.3)	21 (23.9)	50 (56.8)	4.38 (มาก)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของ บริษัท	0 (0.0)	3 (3.4)	16 (18.2)	41 (46.6)	28 (31.8)	4.07 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/ สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูล เพิ่มเติมได้	0 (0.0)	1 (1.1)	27 (30.7)	40 (45.5)	20 (22.7)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.09 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกได้แก่ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาเป็น ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.30

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำ สินค้าของบริษัท	0 (0.0)	1 (1.1)	37 (42.0)	31 (35.2)	19 (21.6)	3.77 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือน ลูกค้า ของพนักงานขาย	2 (2.3)	3 (3.4)	35 (39.8)	32 (36.4)	16 (18.2)	3.65 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้า อย่างดี	0 (0.0)	1 (1.1)	16 (18.2)	39 (44.3)	32 (36.4)	4.16 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ของพนักงานขาย	0 (0.0)	3 (3.4)	16 (18.2)	36 (40.9)	33 (37.5)	4.13 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของ พนักงานขาย	0 (0.0)	5 (5.7)	19 (21.6)	44 (50.0)	20 (22.7)	3.90 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของ พนักงานขาย	2 (2.3)	3 (3.4)	19 (21.6)	43 (48.9)	21 (23.9)	3.89 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆ	0 (0.0)	6 (6.8)	38 (43.2)	35 (39.8)	9 (10.2)	3.53 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มี ส่วนลด แลก แจก แถม	4 (4.5)	6 (6.8)	29 (33.0)	41 (46.6)	8 (9.1)	3.49 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำ สินค้า/รายการส่งเสริมการขายไป ยังลูกค้าโดยตรง	4 (4.5)	6 (6.8)	29 (33.0)	37 (42.0)	12 (13.6)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.78 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาเป็น ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.13

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งใน
กิจการ ลักษณะธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาของกิจการและระดับยอดขายของกิจการ
ต่อปี

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลาย ประเภท	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.31 (มาก)	4.30 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	3.89 (มาก)	3.77 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.46 (มาก)	4.26 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสามารถในการซ่อม	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)
การใช้งานง่าย	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบ เครือข่าย	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	4.03 (มาก)	4.17 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	4.26 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรงคงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.46

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.30

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 29 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 29-39 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 39-49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลาย ประเภท	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.23 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	3.75 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)	4.25 (มาก)	4.40 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสามารถในการชุม	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)
การใช้งานง่าย	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.65 (มาก)	3.80 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบ เครือข่าย	3.97 (มาก)	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 29 ปี	มากกว่า 29-39 ปี	มากกว่า 39-49 ปี	มากกว่า 49 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.20 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.11 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	4.15 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 29-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 39-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.80

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.31 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.08 (มาก)	4.24 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.25 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของสินค้า	3.50 (มาก)	3.94 (มาก)	3.54 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	3.50 (มาก)	4.19 (มาก)	4.38 (มาก)
ความสามารถในการซูม	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
การใช้งานง่าย	3.58 (มาก)	4.16 (มาก)	3.92 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.17 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.33 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.23 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบเครือข่าย	3.08 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	3.75 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	3.67 (มาก)	4.26 (มาก)	4.31 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	4.16 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.54 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.85

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	อื่นๆ เช่น ช่าง พนักงาน จัดซื้อ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลาย ประเภท	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.37 (มาก)	4.25 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	4.04 (มาก)	4.25 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.21 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	1.00 (น้อย)	3.18 (ปานกลาง)	4.12 (มาก)	3.58 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	5.00 (มากที่สุด)	3.82 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสามารถในการซ่อม	5.00 (มากที่สุด)	3.63 (มาก)	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)
การใช้งานง่าย	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	1.00 (น้อย)	3.27 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบ เครือข่าย	4.00 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	อื่นๆ เช่น ช่าง พนักงาน จัดซื้อ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	4.00 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.29 (มาก)	4.04 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.00 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	4.44 (มาก)	4.12 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	4.35 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความละเอียดภาพและ ส่วนประกอบและความสามารถในการซูม มีค่าเฉลี่ย 5.00

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27

ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.44

ตำแหน่งอื่นๆ คือ ฝ่ายช่างและจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการซูม มีค่าเฉลี่ย 4.29

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทมหาชน	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน
	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สามัญ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท	3.25 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.25 (ปานกลาง)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.75 (มากที่สุด)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของสินค้า	3.25 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.00 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	2.75 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสามารถในการชุม	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
การใช้งานง่าย	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.00 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบเครือข่าย	2.50 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทมหาชน	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน
	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	สามัญ ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	2.25 (น้อย)	4.26 (มาก)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	2.25 (น้อย)	4.37 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	3.50 (มาก)	4.29 (มาก)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่ากิจการที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.75

กิจการที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและความแข็งแกร่งของสินค้าที่จัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.38

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่ายและความแข็งแกร่งของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความละเอียดภาพและส่วนประกอบและความสามารถในการซ่อม มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20-50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือก หลากหลายประเภท	3.80 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.80 (มาก)	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.50 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.95 (มาก)	3.71 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	5.00 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.95 (มาก)	4.09 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)	4.14 (มาก)	4.50 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	3.20 (ปานกลาง)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
ความสามารถในการชุม	4.40 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.03 (มาก)
การใช้งานง่าย	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	4.20 (มาก)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยัง ระบบเครือข่าย	2.80 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.19 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 ล้านบาท	มากกว่า 5-20 ล้านบาท	มากกว่า 20-50 ล้านบาท	มากกว่า 50 ล้านบาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	4.48 (มาก)	4.41 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้ คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	4.23 (มาก)	4.44 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 5.00

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.30

กิจการที่มีทุนจดทะเบียน มากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.48

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-15 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 15-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือก หลากหลายประเภท	4.40 (มาก)	3.98 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.40 (มาก)	4.26 (มาก)	4.47 (มาก)	4.00 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	3.96 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	4.40 (มาก)	3.72 (มาก)	4.10 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.40 (มาก)	4.28 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	4.40 (มาก)	4.28 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ความสามารถในการซ่อม	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)	4.33 (มาก)
การใช้งานง่าย	3.60 (มาก)	4.04 (มาก)	4.21 (มาก)	3.67 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยัง ระบบเครือข่าย	3.20 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 5 ปี	มากกว่า 5-15 ปี	มากกว่า 15-30 ปี	มากกว่า 30 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	4.20 (มาก)	4.05 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.26 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08 (มาก)	3.77 (มาก)	4.21 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความทันสมัย เทคโนโลยีของสินค้าที่จัดจำหน่าย ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของสินค้า ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย และความละเอียดภาพและส่วนประกอบ มีค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากัน

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 5-15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย และความละเอียดภาพและส่วนประกอบ มีค่าเฉลี่ย 4.28

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 15-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย และความละเอียดภาพและส่วนประกอบ มีค่าเฉลี่ย 4.58

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.67

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับยอดขาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 10 ล้านบาท	มากกว่า 10-20 ล้านบาท	มากกว่า 20-30 ล้านบาท	มากกว่า 30 ล้านบาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอุปกรณ์/ชนิดสินค้าให้เลือกหลากหลาย ประเภท	3.82 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)
คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย	3.82 (มาก)	4.28 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
ความทันต่อเทคโนโลยีของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	3.73 (มาก)	4.43 (มาก)	3.68 (มาก)	3.90 (มาก)
ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.27 (มาก)	3.38 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)
เอกสารประกอบ/คู่มือการใช้งานของ สินค้า	3.82 (มาก)	3.14 (มาก)	3.68 (มาก)	4.39 (มาก)
ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัด จำหน่าย	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
ความละเอียดภาพและส่วนประกอบ	3.36 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)	4.36 (มาก)	4.22 (มาก)
ความสามารถในการซ่อม	3.91 (มาก)	4.19 (มาก)	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)
การใช้งานง่าย	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	4.04 (มาก)	4.42 (มาก)
รูปลักษณ์สวยงาม ดูทันสมัย	3.72 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)
ระยะเวลาการบันทึกภาพ	3.45 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)
ความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังระบบ เครือข่าย	3.09 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับยอดขาย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 10 ล้านบาท	มากกว่า 10-20 ล้านบาท	มากกว่า 20-30 ล้านบาท	มากกว่า 30 ล้านบาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)
เงื่อนไขการเปลี่ยน/คืนสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	4.04 (มาก)	4.36 (มาก)	4.45 (มาก)
มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์	3.45 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	4.24 (มาก)	4.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่ากิจการที่มียอดขายไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 10-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.43

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 20-30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าที่จัดจำหน่าย และ ความแข็งแรง คงทนของสินค้าที่จัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีบริการหลังการขาย เช่น การให้คำปรึกษา การตรวจเช็คสภาพอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.55

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	3.91 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.54 (มาก)	3.72 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.57 (มาก)	3.87 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง มีค่าเฉลี่ย 3.91

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.06

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 29 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 29-39 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 39-49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	4.40 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	4.40 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.42 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.65 (มาก)	3.87 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)	3.55 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.56 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 29-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง มีค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 39-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง และมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.40

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.08 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.42 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.42 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.55 (มาก)	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง มีค่าเฉลี่ย 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.08

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	อื่นๆ เช่น ช่าง, พนักงาน จัดซื้อ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	4.25 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.00 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	5.00 (มากที่สุด)	3.09 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.58 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือราคาค่าติดตั้งระบบฯ มีค่าเฉลี่ย 5.00

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.82

ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.98

ตำแหน่งอื่นๆ คือ ฝ่ายช่างและจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง มีค่าเฉลี่ย 4.25

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านราคา	บริษัทมหาชน	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง	4.25 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	4.75 (มากที่สุด)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.25 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.00 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.50 (มาก)	3.87 (มาก)	3.75 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่ากิจการที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือราคาค่าติดตั้งระบบฯ มีค่าเฉลี่ย 4.75

กิจการที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.97

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง มีหลายระดับ ราคาให้เล็อกและราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เล็อก มีค่าเฉลี่ย 3.75



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 5 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5 - 20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20 - 50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง	4.40 (มาก)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.40 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	4.80 (มากที่สุด)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	4.20 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.84 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.60 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.80 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.80 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาค่าติดตั้งระบบฯ มีค่าเฉลี่ย 4.80

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เงื่อนไขการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือเงื่อนไขการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.05

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง และมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.97 เท่ากัน

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 5 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-15 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 15-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง	3.60 (มาก)	3.95 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.60 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาติดตั้งระบบฯ	3.40 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)	2.67 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.40 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.00

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5-15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.98

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ กว้าง มีค่าเฉลี่ย 4.50

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก ราคาต่ำติดตั้งระบบฯ และเงื่อนไขการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับยอดขาย

ปัจจัยด้านราคา	ไม่เกิน 10 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 10-20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20-30 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)
ราคาค่าติดตั้งระบบฯ	3.91 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.94 (มาก)
ราคาสินค้าอุปกรณ์ประกอบระบบ	3.64 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)
ระยะเวลาการเสนอราคาสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
ระยะเวลาการขึ้นราคา	3.18 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)	3.90 (มาก)
การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ	3.45 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)
เงื่อนไขการชำระเงิน	3.36 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่ากิจการที่มียอดขายไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.00

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 10-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง และมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.81 เท่ากัน

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 20-30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.00

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาจำหน่ายอุปกรณ์กล้อง และมีหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.10

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทที่อยู่ใกล้สะดวกต่อการ สั่งซื้อสินค้า	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ทางโทรศัพท์	4.26 (มาก)	4.06 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่ สั่งซื้อ	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่ จัดส่ง	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	4.37 (มาก)	4.38 (มาก)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	4.20 (มาก)	3.98 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อ สินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.66 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.37

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง และความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากัน

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 29 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 29-39 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 39-49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	3.65 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	3.83 (มาก)	4.40 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	4.23 (มาก)	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง	4.27 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	3.67 (มาก)	4.20 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.65 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.40 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	3.89 (มาก)	4.40 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 29-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 39-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.80

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	4.38 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง	3.75 (มาก)	4.33 (มาก)	4.62 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.67 (มาก)	4.41 (มาก)	4.85 (มากที่สุด)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.58 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.85

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	อื่นๆ เช่น ช่าง พนักงาน จัดซื้อ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการ สั่งซื้อสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ทางโทรศัพท์	4.00 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	4.42 (มาก)	3.88 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่ สั่งซื้อ	3.00 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่ จัดส่ง	3.00 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.48 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.00 (ปานกลาง)	4.18 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	4.17 (มาก)	4.04 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อ สินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.00 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	4.25 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.18

ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.50

ตำแหน่งอื่นๆ คือ ฝ่ายช่างและจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.25

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	บริษัทมหาชน	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญ
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการ สั่งซื้อสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ทางโทรศัพท์	3.25 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่ สั่งซื้อ	5.00 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่ จัดส่ง	3.50 (มาก)	4.36 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.50 (มาก)	4.47 (มาก)	4.25 (มาก)	3.50 (มาก)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อ สินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.50 (มาก)	3.97 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	4.16 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่ากิจการที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 5.00

กิจการที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.47

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่งและความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของบริษัทที่อยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า ระยะเวลาการจัดส่งสินค้า นับจากวันที่สั่งซื้อและความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 5 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20-50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	3.80 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	5.00 (มากที่สุด)	3.70 (มาก)	4.43 (มาก)	4.19 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.60 (มาก)	4.07 (มาก)	4.38 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.29 (มาก)	4.09 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	4.29 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	4.35 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 5.00

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.07

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.57

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.78

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 5 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-15 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 15 - 30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.95 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์	3.40 (ปานกลาง)	4.18 (มาก)	4.26 (มาก)	3.67 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	3.40 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง	3.40 (ปานกลาง)	4.38 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.20 (ปานกลาง)	4.41 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	2.80 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.00 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ และความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.40 เท่ากัน

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5-15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.41

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 15-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.58

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง และมีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับยอดขาย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ไม่เกิน 10 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 10-20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20-30 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้สะดวกต่อการสั่งซื้อสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.56 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์	3.09 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	4.42 (มาก)
ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)
ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง	3.45 (ปานกลาง)	4.24 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	3.45 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
ความพร้อมของสต็อกสินค้าของบริษัท	3.36 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)
มีเว็บไซต์ให้ดูรายละเอียดสินค้า/สั่งซื้อสินค้า/สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.45 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่ากิจการที่มียอดขายไม่เกิน 10 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ระยะเวลาการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.00

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 10-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถูกต้องของประเภท/ชนิดสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.24

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 20-30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.56

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.74

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย	เพศหญิง
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอกบริษัท	3.60 (มาก)	3.89 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้าของพนักงานขาย	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย	4.20 (มาก)	4.08 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แถม	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้าโดยตรง	3.66 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือพนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดีและความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.20

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 29 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 29-39 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 39-49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 49 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอก บริษัท	3.54 (มาก)	3.96 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของ พนักงานขาย	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานขาย	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงาน ขาย	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.42 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แกม	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	2.83 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/ รายการส่งเสริมการขาย ไปยังลูกค้า โดยตรง	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20-29 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 29-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 39-49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี และ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 49 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.40

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สูงกว่าปริญญาตรี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอกบริษัท	3.42 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.62 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของพนักงานขาย	3.25 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	3.83 (มาก)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย	3.58 (มาก)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.17 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แถม	3.42 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้าโดยตรง	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขายมีค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.31

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	อื่นๆ เช่น ช่าง พนักงาน จัดซื้อ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอก บริษัท	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.58 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของ พนักงานขาย	4.00 (มาก)	2.82 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.50 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	4.31 (มาก)	4.13 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานขาย	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	4.35 (มาก)	3.92 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงาน ขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)	3.79 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.46
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แจม	3.00 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/ รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า โดยตรง	3.00 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของพนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.15 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 3.55

ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.35

ตำแหน่งอื่นๆ คือ ฝ่ายช่างและจัดซื้อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บริษัทมหาชน	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน	ห้างหุ้นส่วน
	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	จำกัด ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สามัญ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอก บริษัท	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของ พนักงานขาย	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานขาย	3.50 (มาก)	4.22 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงาน ขาย	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.50 (มาก)	3.97 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.25 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แจก	4.25 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/ รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า โดยตรง	4.25 (มาก)	3.55 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่ากิจกรรมที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แจก และการจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้าโดยตรง มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน

กิจการที่เป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.22

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอกบริษัท พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขายและความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน

กิจการที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 5 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-20 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 20-50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 50 ล้านบาท ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอก บริษัท	3.80 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของ พนักงานขาย	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.81 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานขาย	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	4.29 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงาน ขาย	4.20 (มาก)	3.57 (มาก)	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.80 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แกม	4.00 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.66 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/ รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า โดยตรง	4.00 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่ากิจการที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.20

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-20 ล้านบาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.80

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.33

กิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.53

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 5 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 5-15 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 15-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	มากกว่า 30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอกบริษัท	3.20 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	4.33 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้าของพนักงานขาย	3.20 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.74 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	3.60 (มาก)	4.13 (มาก)	4.32 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย	3.80 (มาก)	4.11 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย	3.20 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	4.11 (มาก)	3.67 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.20 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.33 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แถม	3.60 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้าโดยตรง	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขายและความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 3.80 เท่ากัน

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 5-15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.13

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.32

กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้าของพนักงานขายและพนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับยอดขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่เกิน 10 ล้านบาท	มากกว่า 10-20 ล้านบาท	มากกว่า 20-30 ล้านบาท	มากกว่า 30 ล้านบาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายออกไปแนะนำสินค้านอก บริษัท	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.94 (มาก)
ความถี่ในการเข้าพบเยี่ยมเยือนลูกค้า ของ พนักงานขาย	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.90 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	4.32 (มาก)	4.42 (มาก)
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ พนักงานขาย	3.27 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	4.24 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
ความมีมารยาท/บุคลิกภาพของพนักงาน ขาย	3.45 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.92 (มาก)	4.26 (มาก)
ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย	3.18 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.09 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)
จัดรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด แลก แจก แกม	3.45 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
การจัดส่งเอกสารและแนะนำสินค้า/ รายการส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า โดยตรง	3.09 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.80 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่ากิจการที่มียอดขายไม่เกิน 10 ล้านบาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.82

กิจการที่มียอดขาย มากกว่า 10-20 ล้านบาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความเอาใจใส่ติดตามงานของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 3.86

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 20-30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในมากที่สุด คือ พนักงานขายมีความรู้ในสินค้าอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.32

กิจการที่มียอดขายมากกว่า 30 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก คือความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.55



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved